revista del
consumidor
No. 27
informa, capacita y orienta
UNA PUBLICACION DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
MAYO DE 1979
DIEZ PESOS

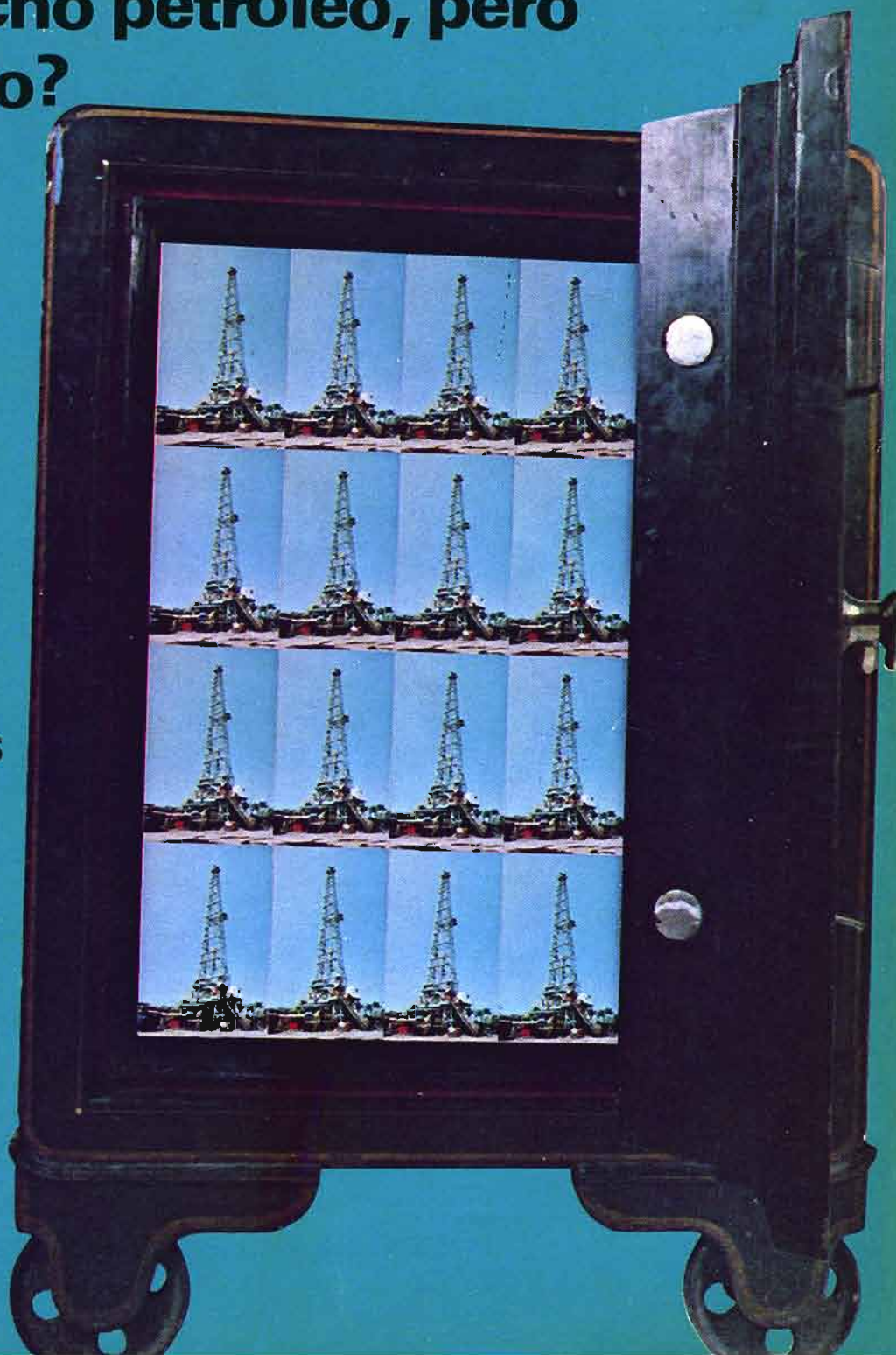
Tenemos mucho petróleo, pero ¿por qué tirarlo?

Estudio comparativo de refrescos: son mejores las aguas de frutas

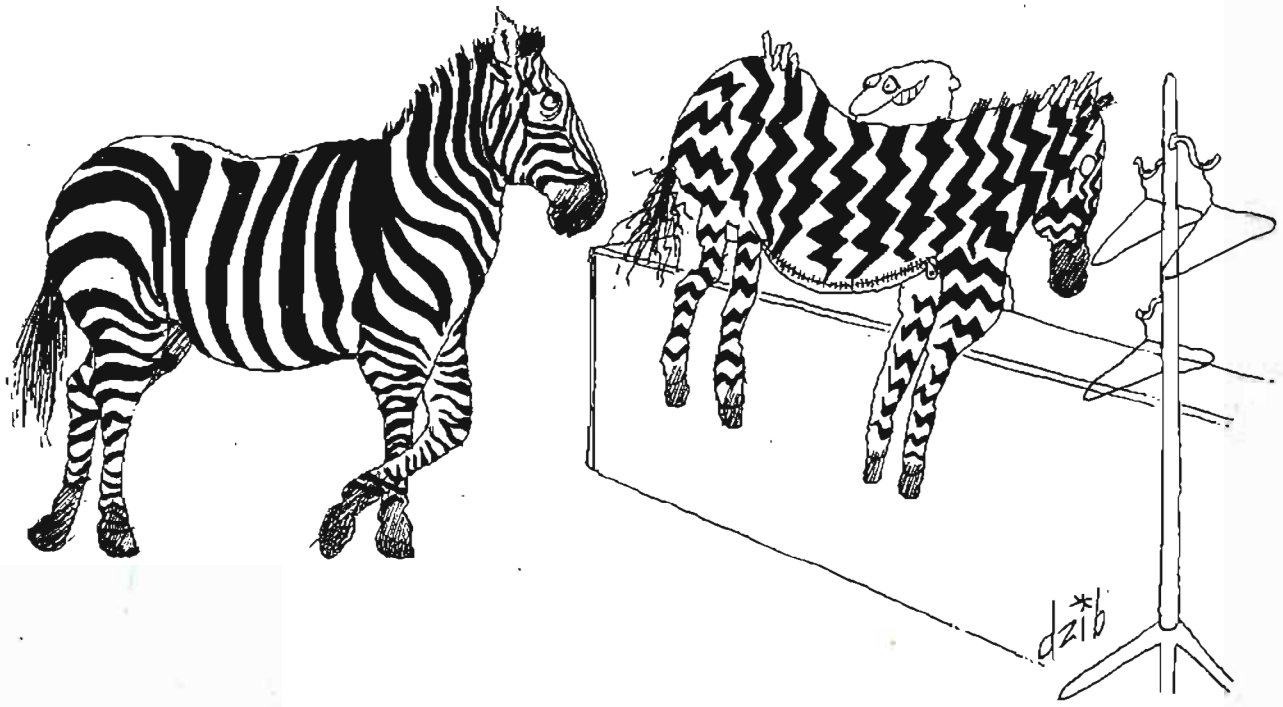
¡150 denuncias diarias contra fraccionamientos en la Procuraduría!

Cómo comprar un refrigerador

Tarjetas de crédito: un juego peligroso



¿Lo destrozaron en vez de arreglarlo?



Si usted llevó sus cortinas a la tintorería y se las devolvieron rotas, quemadas o simplemente se las perdieron, tiene derecho a una indemnización por parte de quien realizó el servicio.

Lo mismo sucede si se trata de cualquier otro bien que mande acondicionar, reparar o limpiar, pues la Ley Federal del Consumidor señala en su Artículo 41 que si por deficiencias del servicio el bien se pierde o queda inservible, el prestador deberá indemnizar al consumidor.

Además, el mismo Artículo indica que el derecho a la indemnización no podrá ser limitado por pacto entre las partes. Así que las leyendas como **"no nos hacemos responsables por los daños que cause el servicio"** u otras parecidas están fuera de la Ley.

Artículo 41

Quienes presten servicios de acondicionamiento, reparación, limpieza o cualquiera otro similar, deberán indemnizar al consumidor si por deficiencia del servicio el bien se pierde o sufre tal deterioro que resulte total o parcialmente inapropiado para el uso a que esté destinado.

El derecho a la indemnización no podrá ser limitado por pacto entre las partes.

LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

DEDICAMOS ESTE NÚMERO A QUIENES YA VACUNARON A SUS HIJOS

EDITORIAL

Habrá escuchado decir últimamente que, gracias a sus impresionantes reservas probadas y potenciales de petróleo, México es un país de moda, punto de mira de casi todas la potencias del mundo desarrollado que para seguir siéndolo necesitan del oro negro, como nosotros del agua en tiempos de estiaje.

Acaso también haya leído que México posee 200 mil millones de barriles. Decirlo y escribirlo es todavía más fácil que sentirlo como una riqueza propia, cuya conservación dependerá de un uso racional e inteligente. Cada barril contiene, según los casos, entre 143 y 159 litros de crudo: un auto mal afinado que gasta más combustible de lo debido; las bolsas del super utilizadas con descuido; juguetes, pestañas postizas, medias, playeras y todo (o casi todo lo que a usted lo rodea) proviene del petróleo. Y una actitud consumista, llevará inevitablemente a derrocharlo. No medir ese gasto sería criminal y es tarea que a todos nos compete. De esto habla nuestro reportaje de portada: cómo colocar a buen recaudo lo que la generosa naturaleza nos ha regalado. Tenemos mucho, claro que sí, pero ¿por qué tirarlo?

También en otras estadísticas México es líder: somos el país del mundo que más refrescos consume. El estudio comparativo detecta las glorias y tragedias de esta auténtica manía nacional.

Otras ilusiones que pueden hacerse burbujas son las de los fraccionamientos y las tarjetas de crédito comercial. De los primeros, la Procuraduría Federal del Consumidor recibe, en promedio, nada menos que 150 denuncias diarias. De eso se ocupa el reportaje desplegado a partir de la pág. 34 y, a propósito de las segundas, aconsejamos cómo usarlas para no ponernos la soga al cuello.

Pero atención, porque Mayo es uno de esos meses en que más empeño debe poner el consumidor para no enredarse en los tentadores lazos que el consumismo le tiende.

Día del albañil, día del maestro y fundamentalmente el día de la madre. Alertamos acerca del peligro de estas fechas y de cómo hacer para medio ignorarlas sin parecer un ogro, un amargado o un resentido fuera de la realidad.

Para el Instituto Nacional del Consumidor, cada una de esas fechas es la renovación de una creencia, la de estar transitando un camino justo: el que algún día llevará al consumidor a usar mejor lo que tiene. Esto que decimos desde la revista, lo reiteramos en radio, de lunes a viernes, en las estaciones 660 y 710 de RTC y por Radio Educación. Y desde hace unas semanas, algunos de nuestros especialistas extendieron su tarea de orientar al consumidor en lugares de recreación pública a través de un proyecto digno de apoyo: las Brigadas Móviles de Orientación al Consumidor.

La REVISTA DEL CONSUMIDOR se publica mensualmente como el órgano oficial de difusión del INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, Insurgentes Sur No. 1871. México 20, D.F. Tels 550-47-55, y está totalmente impresa en papeles nacionales por TALLERES ROTOGRAFICOS ZARAGOZA, S.A. en calle 3 No. 4 Naucalpan de Juárez, Edo. de México Tel: 576-29-00 con 5 líneas. Tipografías por Multiservicios Publicitarios, Ave. Universidad No. 1499 México 21, D.F. Tels: 524-96-12 y 524-09-20. Distribuida por la Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Se reservan todos los derechos conforme a la Unión Internacional del Derecho de Autor. No se autorizará el uso de ninguno de los materiales que aparecen en esta publicación para fines publicitarios o comerciales. El contenido de los artículos firmados es responsabilidad directa del autor y no necesariamente refleja ni la filosofía ni el criterio editorial de la revista. No se devuelven originales. Certificado de Licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, dependiente de la Secretaría de Educación Pública, según oficio No. 504-1081, del 19 de octubre de 1976. Registrada como correspondencia de segunda clase por la Dirección General de Correos mediante oficio No. 6339, expediente No. 091.70-1423, de fecha 19 de noviembre de 1976.

DIRECTORIO

CONSEJO EDITORIAL

PRESIDENTE
DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
Lic. Adolfo Lugo Verduzco

VOCALES
SUBDIRECTOR DE ORIENTACION Y DIFUSION
Lic. Juan Saldaña Rosell
SUBDIRECTOR TECNICO
Lic. Víctor Manuel González Rivera
SUBDIRECTOR DE ADMINISTRACION Y FINANZAS
Lic. José Luis Turueño R.

REVISTA DEL CONSUMIDOR
Jefe del Departamento Editorial: Carlos Ulanovsky. **Jefe de Redacción:** Norma Sinay. **Redacción:** Raúl Carbonell, Sergio Jácome, Luis Lorenzano **(Colaborador especial)**, Susana Rodríguez. **Corrector de Estilo:** Javier Jiménez Brito. **Fuentes Informativas: Subdirección Técnica** (Coordinador: Ing. Carlos Cárdenas), **Informática** (Jefe: Lic. Alejandro Spindola Y.), **Legales** (Lic. Reina María de Allende), **Relaciones Internacionales** (Carmelina Perea). **Jefe de Arte y Diseño:** Francisco Estébanez. **Ilustración y Maqueteo:** Augusto Apón, Ricardo Baeza, Rodolfo Coronel, Audomaro Herrera. **Jefe de Producción:** Alexandra Anchondo. **Asistentes Unidad Editorial:** Ernestina Avilés, Guadalupe Roldán, Humberto Hernández, Antonia García Gómez, Carlos Ramírez de Aguilar. **Jefe del Departamento de Difusión:** Rubén de la Mora. **Jefe de la Unidad de Distribución:** C.P. Roberto Solórzano.

CREDITOS FOTOGRAFICOS DE ESTE NUMERO
Portada: Estudio La Porté. **Tercera de Forros:** Archivo (izquierda), Jaime A. Arroyo (derecha). **Cuarta de Forros:** Marta Merkin
Pág. 3: Mauricio Avramow; Págs. 5 y 6: Víctor Cavanoba; Pág. 9: Rosa Martha Caballero; Pág. 13: Carlos R. Domínguez; Pág. 18: Jaime Andrés Arroyo; Pág. 21: Carlos Rafael Domínguez; Pág. 22: Víctor Cavanoba; Pág. 23: Archivo; Pág. 24: Hnos. Mayo; Pág. 25: Carlos R. Domínguez; Pág. 26: Mauricio Avramow (arriba), Carlos R. Domínguez (abajo); Pág. 27: Carlos R. Domínguez; Pág. 28: Oscar Paoloni; Págs. 29 y 30: Víctor Cavanoba; Pág. 31: Oscar Paoloni; Pág. 32: Jaime A. Arroyo; Pág. 33: Javier González de León; Pág. 34: Luis Villegas; Pág. 36: Javier González de León; Pág. 37: Jaime A. Arroyo; Págs. 38 y 39: Alfonso Rohan, Archivo y Jaime A. Arroyo; Pág. 40: Carlos R. Domínguez; Pág. 42: Carlos R. Domínguez (arriba) y Oscar Paoloni (abajo); Pág. 43: Oscar Paoloni; Pág. 46: Carlos R. Domínguez; Pág. 47: Víctor Cavanoba.

Precios	República Mexicana	Extranjero
Ejemplar suelto	$ 10.00 M.N.	U.S. $ 0.60
Suscripción anual (12 números)	$ 100.00 M.N.	U.S. $ 6.00
Ejemplar atrasado	$ 15.00 M.N.	U.S. $ 0.90

SUMARIO

LA ENTREVISTA DEL MES *Pág. 17*
El licenciado Carlos Guerrero Larrañaga, director del FONACOT, afirma que este organismo no es consumista, y explica por qué.

ETIQUETAS *Pág. 27*
Un "show" poco convencional, en el que los protagonistas se olvidaron la letra.

NIÑOS Y T.V. *Pág. 38*
La cabeza de un niño tele-adicto, radiografiada por el experto Raúl Cremoux.

Y ADEMAS...

Editorial	1	EL 11 de mayo también es el "Día de la Madre"	28
Escriben los que consumen	3	El drama del transporte	31
Calendario	4	No todo lo que relumbra es oro y plata	32
El consumidor en el mundo	6	Casos de consumo	33
Trámites y servicios	10	Fraccionamientos: ¿un frágil castillo de naipes?	34
Nada más que agua, azúcar y sustancias artificiales	12	Un juego peligroso	40
Los estudios comparativos tras bambalinas	16	Contra la carestía, unión	42
Frutas: para aprovechar las temporadas altas y los precios bajos	20	EL anticomercial del mes	43
Cómo comprar un refrigerador	22	Consumo cuidado	44
No nos convirtamos en los "nuevos ricos del petróleo"	24	A la caza de la casa	46
		Ultima hora	47
		Año Internacional del Niño	48

LA REVISTA DEL CONSUMIDOR tiene como objetivo esencial proporcionar a los consumidores información, orientación y consejo acerca de bienes y servicios, así como ofrecerles recomendaciones y sugerencias en todo lo tocante al manejo racional de presupuesto familiar y la preservación de la dignidad humana. Ni la revista ni el Instituto Nacional del Consumidor aceptarán muestras de productos ni se comprometerán de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. Los estudios comparativos de la REVISTA DEL CONSUMIDOR llevarán el propósito único de informar y orientar a sus lectores, y no podrán ser utilizados para ningún fin publicitario o comercial. La violación de esta prohibición expresa ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes. Los productos que se utilizan para la elaboración de los estudios comparativos se adquieren en el mercado libre. Precisamente bajo las condiciones en las que los compran normalmente los consumidores, y se sujetan a pruebas exhaustivas de laboratorio y al juicio de expertos en el producto objeto de la investigación.

Correspondencia y suscripciones: Diríjase a la REVISTA DEL CONSUMIDOR, Insurgentes Sur No. 1871, México 20, D.F.

El Instituto Nacional del Consumidor autoriza la reproducción total o parcial de los textos incluidos en esta revista, siempre que se indique su procedencia.

ESCRIBEN LOS QUE CONSUMEN

Nos interesaría conocer en detalle el pequeño o gran problema que, como consumidor, le aquejó en estos días. Podemos ayudarlo a una más adecuada resolución. Para ello, y para aclarar cualquier duda acerca de sus derechos como consumidor, escríbanos a: **Revista del Consumidor — Asesoría Jurídica, Licenciada Reina María de Allende, Insurgentes Sur 1871 6o. Piso, México 20, D.F., o al Apartado Postal 20600, México 20, D.F.**

POLICIAS

En los últimos tiempos, en que el país se ha convertido en anfitrión de grandes figuras de la política y la religión, el despliegue de la fuerza policiaca se ha hecho evidente en toda la ciudad. Ya sea por esto o porque los desquicios del tránsito me han vuelto más observadora, he caído en la cuenta de que todos los policías de la ciudad son "panzones". Y si no todos, nueve de cada diez tienen un abdomen nada despreciable. Como alguna vez leí en su revista que la mala alimentación del mexicano (taquitos, antojitos y refrescos) hace que tengamos tendencia a la obesidad sin estar nutridos, me pregunto si hay algo que su revista pudiera hacer ante este problema que evidentemente rebasa los límites de la estética.

(Susana Alcoriza-Col. del Valle)

RESPUESTA:

Más allá de sus respetables preocupaciones estéticas, pudiera ser que efectivamente ese fenómeno que usted ha observado sea provocado por la mala alimentación, que en especial sufren los estratos de bajos recursos económicos. En este sentido, siempre ha sido preocupación de nuestra revista el difundir recomendaciones sobre las propiedades y valores nutricionales de los alimentos. Esto es, evitar el consumo exagerado de azúcar, preferir las frutas y verduras de estación, que son más baratas, y en general, orientar al consumidor sobre una mejor alimentación que beneficiará, lógicamente, nuestra salud y nuestro presupuesto.

AGUA

Soy extranjero, con legal estancia en el país, y decidí rentar un apartamento donde, según me aseguró la dueña, no faltaba el agua, aunque a veces escaseaba en las madrugadas. En total, contando los timbres, el depósito, la renta adelantada y otros conceptos, pagué a la arrendadora más de 20.000 pesos, con un contrato por dos años. Pero ahora que ya estoy por cambiarme, me entero por los vecinos que el agua falta a todas horas del día, a veces porque escasea en la zona, y a veces porque la dueña no permite que las bombas funcionen todo el día y se llenen los tinacos. Ante este problema, que no tardaré en sufrir en carne propia, quisiera dar por terminado mi contrato de arrendamiento. ¿Puedo hacerlo, ya que la señora me mintió respecto de la abundancia del agua?

(Iván Moster-Col. Roma)

RESPUESTA:

Le sugerimos que se dirija a la Delegación Política correspondiente a ese departamento. Si es un problema de la zona, allí podrán indicarle las causas y horarios en que falta el agua; si es por negligencia de la arrendadora, podrá usted poner queja al respecto, ya que aquélla tiene la obligación de permitirle el uso y disfrute del bien inmueble arrendado, y no debe impedir que el agua se utilice normalmente. Pero si usted persiste en su idea de rescindir el contrato, se requiere obtener por escrito la conformidad del arrendador. Si la señora no accede voluntariamente a esto, tendrá usted que demandarle judicialmente la rescisión del contrato, para lo cual le conviene asesorarse con un abogado de confianza. Tenga mucho cuidado, pues usted tiene la obligación de pagar la renta, aunque llegara a demandar a la arrendadora. Las rentas podrían consignarse en una oficina de Nacional Financiera, S.A., a favor del Juzgado Civil donde radique el juicio. Pero creemos que no tendrá que llegar a estos extremos, y la Delegación Política le auxiliará. Además ahí cuentan con abogados que pueden asesorarle más de cerca, en caso necesario.

INTERFONO

Me niego a aceptar una decisión de los restantes habitantes de la casa: ellos han decidido colocar un interfono, pero a mi juicio es superfluo. ¿Tengo derecho a negarme?

(Oscar Méndez Parisi-Col. Polanco)

RESPUESTA:

No se entiende en su consulta si "los restantes habitantes de la casa" pertenecen a una casa particular, de huéspedes o a un condominio. En caso de que sea una casa particular, es obvio que si la mayoría decide poner el interfono, así se hará. Si se tratara de un condominio, habría que someterlo a la consideración de la junta de condóminos y tomar una decisión por mayoría.

DENUNCIA

La semana pasada compré un disco que pensé era de importación, ya que el texto de las dos carátulas estaba en inglés. Luego descubrí que, en letra muy pequeña, decía en español que estaba manufacturado en México por "Fábrica de Discos Peerles". ¿No es esto violatorio de la Ley?

(Gisela Caminos, Col. Florida)

me from the Lezghy
he Persian border. M
occasion the tempo
and syncopated trip
g and texture and r

JOSE.

JUDY VERMOREL

MUY IMPORTANTE

ome es una obra intelectual protegida en favor de su produ
) Decca Record Co., Ltd. Derechos Protegidos
os contenidos en el fonograma se encuentra reconocida e i
tor - Dirección General del Derecho de Autor, Secretaría de
IBE SU COPIA O REPRODUCCION PARCIAL O TOTA
ón está penada conforme a los artículos 386 del Código Pe
Ley Federal sobre el Derecho de Autor, vigentes
rado en México por FABRICA DE DISCOS PEERLESS, S.
17 México, D. F. Miembro de Amprofon El Disco es Cultur

RESPUESTA:

Por supuesto, la Ley Federal de Protección al Consumidor, en su Art. 7o, previene que los datos que ostenten los productos y sus etiquetas, envases, empaques y la publicidad respectiva, estarán en idioma español, en términos comprensibles y legibles. Estamos remitiendo su denuncia al Departamento de Publicidad Comercial de la Secretaría de Comercio.

CALENDARIO

DIAS DE GASTAR

MAYO

CUIDADO CON LAS FERIAS... ACABA DE CONCLUIR LA DEL HOGAR Y PARA MAYO LOS MISMOS ORGANIZADORES ANUNCIAN UNA LLAMADA "ESPAÑA 79. CUIDADO PORQUE PUEDEN SER INCITACIONES CONSUMISTAS

FIRRRRMES... LOS GASTOS DEL DESFILE PUEDEN DEJARLO EN LA CALLE

YA COMIENZA A SUBIR EL COSTO DE LAS FLORES; NO PERMITA QUE LE "ENVUELVAN" EL RAMO CON TODO Y MOÑO. EXIJA PRECIOS RAZONABLES

DÍA DEL MAESTRO. ALGUNOS SON MAESTROS PERO EN EXIGIR E INSINUAR REGALITOS. EL AMOR AL NIÑO TAMBIÉN SE DEMUESTRA SABIÉNDOLE DAR LA ESPALDA A ESTAS TENTACIONES

DOM	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

DÍA DEL ALBAÑIL. MAESTRO, TENGA USTED CALMA Y QUE EL FESTEJO NO LE MUEVA EL TAPETE A SU PRESUPUESTO

DÍA DE LAS MADRES, OTRA FECHA CRÍTICA. MADRE HAY SÓLO UNA PERO QUINCENAS TAMBIÉN. RECORDAR QUE EL APRECIO NO SE DEMUESTRA CON EL PRECIO

LA SALUD EN MAYO

Como es sabido, éste es el mes más caluroso del año; la lluvia empieza a dejarse sentir, pero no lo suficientemente como para contrarrestar el gran calor. Esto es bastante agradable, sobre todo durante los fines de semana en que uno puede por fin desapolillar los trajes de baño y la ropa ligera para disfrutar del agua (aunque sea de la manguera) y del sol. Sin embargo, ¡CUIDADO! Esta época es fatal para el estómago y propicia para la aparición de graves enfermedades gastrointestinales. El calor tiene la desventaja de acelerar la descomposición y contaminación de alimentos no refrigerados, y diversas infecciones pueden atrincherarse en el intestino provocando la diarrea, que es una de las causas mayores de mortalidad infantil en México.

Para prevenir la diarrea usted debe:

* lavarse las manos después de ir al baño y antes de comer.
* lavar frutas y verduras
* no consumir alimentos en lugares antihigiénicos
* cubrir la comida para evitar el contacto con las moscas

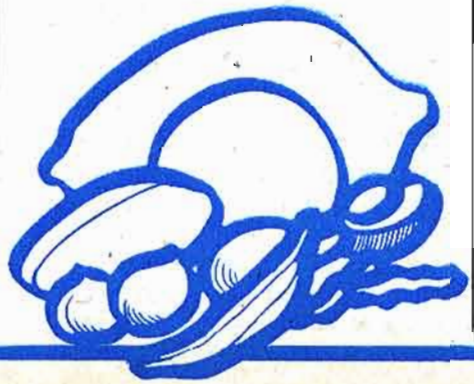
(Dr. Gonzalo Peinbert, asesor del IMSS)

Las frutas de este mes

Todas las frutas, por sus componentes vitamínicos y minerales, presentan indudables ventajas desde el punto de vista nutritivo. Sin embargo, a la hora de comprar también cuenta el factor económico, por eso conviene saber qué frutas son las que abundarán este mes y que, por lo tanto, estarán a un precio accesible. Son las que siguen:

Aguacate, fresa, chabacano, ciruela del país, mamey, melón, mango, plátano, sandía, tamarindo, capulín, ciruela de almendra, coco, limón mexicano, papaya, piña y zapote negro.

(Fuente: Comisión Nacional de Fruticultura)



15 de mayo

Al buen maestro estudiando..., y al otro regalando

Además del "Día de la madre", hay en mayo otra fecha convertida en motor del consumismo: el "Día del maestro". Y podemos hablar de consumismo en la medida en que frecuentemente se desvirtúa el significado de la fecha, convirtiendo lo que tendría que ser un sencillo home-

naje en una desgastante competencia de regalos. Es que, erróneamente, muchos padres esperan que ese regalo actúe como aliciente para que el educador manifieste preferencias por su hijo. Se trata del viejo juego de "vales por los bienes que posees", juego en el que muchos maestros también participan, y en el que todos pierden, incluidos los niños.

Por eso, si usted quiere demostrar un auténtico reconocimiento a la labor del maestro, no incurra en estas maniobras que persiguen falso prestigio. ¿La alternativa?: elaborar, junto con los niños, regalos sencillos como un portalápices de lata y papel, o un separador de libros. Y si la situación económica lo permite, al comprar prefiera libros o discos que sean un aporte cultural para la persona que tiene en sus manos parte de la formación de sus hijos.

(S.R.)

UN MES DE CONSUMO EN MEXICO

El mes comenzó con un suceso especial: un reportaje mexicano publicado por la revista "Contenido" y firmado por Armando Ayala y Fernando Marti ganaba el Premio Internacional de Periodismo de la Agencia de Noticias "EFE". ¿Tema? Pues "La mordida, vergüenza de México" donde entre otras cosas, puede leerse: "el politólogo norteamericano Martín Greenberg calculó conservadoramente que la corrupción devora cada año el 1 por ciento del producto nacional bruto, o sea **unos 11.000 millones de pesos**".

* El 9, el DDF declaraba que no se había autorizado ningún aumento de precios en los espectáculos (ver "Un mes de consumo" del número pasado). Los productores de leche insistían en el aumento al producto. En cambio, los de caña se comprometían a no elevar el precio del azúcar en todo el 79. Y para tener ojo: la amibiasis, causa de la mayor mortalidad entre la población económicamente activa.

* Día 12, algo para pensar: el Director del INCO asentaba que el 77% de las familias mexicanas realizan un consumo mensual inferior a 4,000 pesos. "¿Día del Compadre? Día del Borracho". El 90% de los regalos son bebidas alcohólicas. Las ventas de artículos electrodomésticos subieron en 1978 en más del 20 por ciento.

* El 13 de marzo, la Procuraduría Federal del Consumidor (PFC) anunciaba una drástica vigilancia sobre introductores y distribuidores de pescado y mariscos. Las trasnacionales de la medicina dañan la salud: duplican medicamentos para elevar sus ganancias.

* Los productores de leche volvían a la carga el día 14 de marzo. También: uno de cada 600 niños mexicanos sufre de mongolismo.

* El 15, seguía sin decisión el ya polémico asunto de la leche. Y se informaba: el comercio genera el 31.5% del Producto Interno Bruto, cifra altísima que se explica porque esta actividad se ha convertido en una salida para el desempleo.

* El INCO detecta diferencias de hasta 200% en los precios de pescados y mariscos, el día 16. ¿Los lugares más baratos? CONASUPO, Tepepan y Mercados sobre Ruedas. La contaminación acorta el promedio de vida en el DF. Peligroso.

* El 19, seguía el susto del temblor: hay que vigilar a constructores. Y otra para temblar: pescado, romeritos, nopales, y todos los productos que se consumen en cuaresma, se habían disparado hasta en un 50%.

* Sismos y condominios continuaban peleados el 20 (y por mucho tiempo). La calidad en la construcción es indispensable. El Secretario de Comercio no contempla ningún cambio en el precio de productos básicos.

* 22: los intermediarios son responsables de la carestía de la carne. La CNC decía: no se tolerará aumento a la leche. 90 millones de niños padecen hambre en el mundo.

* ¿Kilos de 800 gramos? Este milagro ocurre en La Viga (y en otros lados), denunciaba la PFC, el día 23.

* El 26 de marzo: este año, los automovilistas mexicanos consumirán 511 millones de litros de gasolina más que en 1978. Y siguen los temblores: piden aumento del 20% al pan. Para leerlo bien: en América Latina, sólo el 8% de la población lee periódicos.

* El 27, "día" de la Procu: denunciaba violaciones en el peso y precios del pescado, fraude en la venta de casas (150 quejas diarias sobre esto), y desbarajuste en los precios de la carne.

* 28 de marzo: siguen moviéndonos el piso: habrá escasez de carne, decía el líder de los tablajeros del DF. Y otra: pobre aprovechamiento escolar por desnutrición de los niños.

* El 29 se informaba: más del 60% de la población no consume pescado. Pero también, ¿cómo? En La Viga, lo encarecían hasta en un 100%. No sonría: en nuestra sociedad, la neurosis debe considerarse enfermedad profesional.

* 30 de marzo: la PFC logra que la Fraccionadora Valle de Anáhuac, por incumplimiento, devuelva enganches. Se informaba que aumentó la producción de aguas envasadas, refrescos y autos.

* Al continuar el milagro de los kilos de 800 ó 900 gramos, la SECOM emprende la campaña "Peso Completo" en todos los mercados, tiendas de autoservicio y almacenes, se anunciaba el 2 de abril. Además, caos en el precio de la carne: en algunos rumbos subió precios, en otros disminuyó.

* 3 de abril: el 40% de la población capitalina, desnutrida. El ruido, tanto o más perjudicial que el esmog: sordera, neurosis, sobrecarga nerviosa, fatiga física, son algunas de sus consecuencias. Silencio. No consuma ruido.

* El 4 de abril, una declaración del INCO: al no estar completo el litro de leche en los envases, los consumidores se ven perjudicados en más de 150 millones de pesos al año. ¿Se reduce la inflación? El Banco de México informó que en marzo, el índice de precios al consumidor subió sólo el 1.3%. Ojalá.

Y nos vamos. Consumimos lo que se habló de consumo. Hasta el próximo mes.

COMO AHORRAR PETROLEO

- No use automóvil para todo, a veces puede hacer el mismo recorrido a pie, en metro o en camión.
- Si es posible reúnase con sus vecinos que trabajen cerca de donde usted lo hace para viajar en un solo auto; da tristeza ver cómo gastan combustible tantos vehículos con un solo pasajero.
- Un automóvil sin afinación gasta más gasolina; afínelo periódicamente.
- No deje abiertas por mucho tiempo las llaves del agua caliente.
- Procure usar ollas a presión (express) para cocinar algunos alimentos; consumen menos gas.
- Utilice un calentador de agua que se adapte a sus necesidades; los calentadores automáticos o demasiado grandes calientan agua que no se usa.
- Apague la luz, el televisor y la radio cuando no los está utilizando; recuerde que la energía eléctrica consume un elevado porcentaje de petróleo.
- Abra la puerta del refrigerador sólo cuando sea necesario; la puerta abierta permite la entrada del aire caliente y se gasta más energía para volver a enfriar.
- Revise periódicamente el correcto funcionamiento de sus aparatos eléctricos e instale tubos de luz fluorescente: consumen 40 por ciento menos energía.
- No corra mucho en su auto; un vehículo a 120 kilómetros por hora gasta un 46 por ciento más de gasolina que a 70 KPH.
- Revise que las llantas del coche estén bien infladas y no lo caliente por más de 30 segundos.

Algunos intentos para gastar menos

- En Brasil se están preparando para producir automóviles que no requieran gasolina, sino alcohol metilo; en México, el Instituto Mexicano del Petróleo con asesoría de **Texas Oil**, realiza investigaciones similares.
- En nuestro país salió a la venta el **Caribe**, que funciona con Diesel a un mayor rendimiento y menor costo del combustible.
- Se están haciendo pruebas para usar gas natural, propano y butano, como combustible en los autos.
- Los países europeos acordaron reducir este año su consumo de petróleo en un 5 por ciento.

Fuente: Periódicos de México e Informática INCO

Licenciado Paoli: ¿quién piensa en los campesinos?

"Creo —dice el economista— **que si se sigue gastando tanto dinero para sacar más petróleo, el financiamiento de esa industria provocará inflación".**

Explotación acelerada

Volvemos con el maestro Paoli. Se nota inquietud en su rostro y en sus ademanes cuando expresa: **"Se está haciendo una explotación muy acelerada y al hacerlo a esta velocidad se están quemando millares y millares de pies cúbicos de gas. Usted sabe que en gran medida el petróleo viene asociado con gas, de tal manera que si al extraer petróleo no se tiene a dónde conducir el gas, debe quemarse".**

"Eso es lo que está pasando en México, pues no tenemos ni sistemas para reinyectarlo ni sistemas para aprovecharlo, ya sea vendiéndolo o consumiéndolo".

Ingeniero Miramontes: todo es petroquímica

Es el mismo gas que, licuado a presión, podría llegar a la estufa de millones de amas de casa para calentar la leche, los frijoles o las tortillas; aunque también es el gas que otros tantos mexicanos desperdician al tener calentadores automáticos para un agua que se calienta sin que sea utilizada.

"Según un desplegado que apareció en la prensa —dice Paoli— **,en este momento se están quemando 2 mil millones de pies cúbicos de gas asociado al día, es decir, 5.2 millones de dólares diarios, 120 millones de pesos por día".**

Cuidarlo, responsabilidad de todos

El ingeniero Miramontes nos explica, brevemente, los destinos del oro negro. **"La mayor parte del petróleo que se explota actualmente está destinada a los energéticos como gasolina, gas, etc.; y en segundo lugar a la petroquímica, la manufactura de fertilizantes y los derivados del etileno, propileno y gases aromáticos que incluyen los polímeros y los plásticos".**

Por esto tal vez le resulte útil sumergirse en uno de los recuadros del presente reportaje y comprobar, a través de algunos nombres tan largos como extraños, que efectivamente todo, o casi todo,en la vida es petróleo, o alguna vez lo fue.

O lo que es casi lo mismo, que los caminos del petróleo y los vericuetos del consumo, confluyen a cada instante. Y si los mexicanos regulamos el consumo a niveles lógicos, también estaremos cuidando el petróleo.

Tal vez pueda prescindir de esa nueva peluca, en especial porque ya tiene otras dos. Y sus niños pueden salir al mar con las mismas playeras del año anterior. Y puede recomendar a sus amigas que una bolsa plástica del super significa menos petróleo para el país.

Si, por el contrario, el petróleo se utiliza con mentalidad de nuevo rico, sin medir el gasto, los 200 mil millones de barriles serán como una quincena de humilde trabajador, malamente gastada en inútiles celebraciones consumistas.

Sergio Jácome

Anuncios para recordar

En la contraportada de la revista de historietas "Penny Power" —de carácter anticonsumista— aparece un irónico anuncio que merece ser reproducido. En una clara alusión al torrente de productos que invade el mercado especulando con el éxito de series televisivas, este anuncio le propone a los chicos: "Atención, esto es lo que ustedes han estado esperando: el nuevo y sensacional complemento del juego de maquillaje Farrah Faucet. Se trata de los falsos dientes Farrah Faucet; un juego de gemas perladas que prácticamente brillan en la oscuridad. Ahora, tú también podrás tener una sonrisa de 62 dientes, tal como tu estrella favorita. Y si lo pides inmediatamente, podrás obtener absolutamente gratis la fabulosa 'pasta dental Farrah Faucet', que te dará el brillo exacto de su dentadura de caballo. ¡Aprovecha mientras dura la oferta!"

(Fuente: "Consumer Reports", Washington)

ALEMANIA: ALERTA CERVECERO

Lógico estupor ha cundido entre los alemanes devotos de la cerveza. Y es que, justamente en un país donde el consumo de esta bebida alcanza la cifra de 150 litros anuales *per cápita*, se ha descubierto un hecho tan grave como alarmante: el profesor Rudolf Preussmann, director del centro oncológico de Heidelberg, ha revelado que el 70 por ciento de las cervezas analizadas por su equipo revelaban la presencia de *nitrosamina*, una sustancia altamente cancerígena.

La investigación realizada en el centro de Heidelberg no tiene antecedentes conocidos, y sirvió para demostrar que la formación de la nitrosamina se produce al entrar en contacto el ácido nítrico con la malta seca, indispensable para fabricar la cerveza. Hasta ahora, según la Agencia Internacional de Lucha contra el Cáncer, pudo comprobarse la existencia de nitrosamina en el humo del cigarrillo, alimentos conservados en base a nitratos y en el tocino. Su ingestión puede producir necrosis (muerte de tejidos) y cirrosis (enfermedades hepáticas).

(FUENTE: "CONFIRMADO", BUENOS AIRES)

CONSUMO- LARGA DISTANCIA

La "National Consumers League" es la organización de consumidores más antigua de los Estados Unidos. Con sede en Washington, desde 1898 realiza una esforzada tarea que, en la actualidad, congrega a 4.000 afiliados. De todo ello nos habla su Directora de Asuntos Latinos, la señora Ana Aldama Rasmussen.

—¿Qué logro concreto obtuvo su organización en la tarea de defender a los consumidores?

—Hemos conseguido mucho a través de los años, y quizás lo más importante es haber terminado con el trabajo y la explotación de los niños. También fue nuestra organización la que logró que el salario mínimo fuera implantado; claro que esto no está directamente relacionado con el consumidor, pero fue una medida altamente beneficiosa para mujeres y menores.

En cuanto a los consumidores específicamente, tuvimos mucha influencia en la creación de un banco que otorga dinero a todos aquellos que quieran formar una cooperativa. También luchamos con éxito por una ley que se llama "Derechos iguales de cosas relacionadas con el crédito", que es muy importante. Porque no sé si usted sabrá que en este país, hace 15 ó 20 años, si una mujer sola, o una persona negra o un mexicano querían conseguir un crédito, no lo obtenían. Con esta ley, todo el mundo tiene derecho. Ahorita, estamos peleando por una ley que implante el seguro de salud para toda la gente, ya que aquí, si se enferma alguien que no tiene dinero para pagar su seguro privado, es mejor que se muera. Tan dura es esta situación.

—¿Editan ustedes alguna publicación?

—Sí. Dado que todos nuestros miembros cooperan anualmente con 15 dólares cada uno, con esos fondos editamos un periodiquito mensual, una carta de información de tres o cuatro páginas en la que se informa de todo lo que pasa en el mundo de los consumidores. Este periódico circula entre nuestros miembros pero también se vende al público.

—¿En dónde centran su acción anticonsumista?

—Bueno, si vamos a hablar de enemigos, yo diría que la industria privada norteamericana no es como la de México. Yo creo que ustedes tienen más cooperación por parte de los industriales. En cambio, aquí el comercio y el dinero son muy poderosos. Por ejemplo, los grupos consumeristas son pobres y no pueden pagar a un "lobista", ese siniestro personaje que tiene contacto con los senadores y va y habla con ellos para empujar una ley o cosas por el estilo.

—¿Ha habido en los últimos tiempos un hecho que ustedes consideren especialmente irritante para los consumidores?

—Hay muchas cosas, pero seguramente lo más indignante es que no se aprobó la creación de una Oficina de Protección al Consumidor del gobierno, una especie de procuraduría. Y esto, sin lugar a dudas, es muy irritante para todos los consumidores.

(Coordinación: Carmelina Perea)

¿QUE ES EL PPPEZ?

No se trata de un nuevo tipo de pez, bautizado por los pescadores con el cariñoso mote de "Pepe". No, se trata de algo más serio, y consiste en aprovechar la llamada "fauna de acompañamiento" que sale en la red al pescar el camarón.

Formada por sierra, bonito, lisa, botete, chopa, cocohaco, curel y otras especies, esta fauna se consideraba "de rezago" y era vuelta al mar, desperdiciándose por completo; sin embargo, constituye el 85 por ciento de lo que los pescadores extraen del mar en su búsqueda del camarón, y suma la nada despreciable cifra de 200 mil toneladas anuales. ¿Cómo aprovecharla?: desde el año pasado la empresa **Productos Pesqueros Mexicanos** ha encontrado la fórmula, y vale la pena conocerla, por cierto.

En principio, todos estos pescados —debidamente congelados— llegan a la planta ubicada en Xochimilco, donde se los pela, deshuesa y descama. Una vez convertidos en pulpa, reciben un tratamiento destinado a conferirles buen olor, color y sabor. Finalmente, se los coloca en prensas para que obtengan forma de bistec, hamburguesas e incluso animalitos que resulten atractivos para los niños. Y ése es el PPPez.

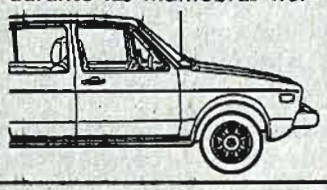
"Aún no sabemos los resultados de esta experiencia piloto, que por ahora abarca sólo a la ciudad de Monterrey, donde Tepepan ha iniciado la comercialización del PPPez. Sin embargo —señala el señor Elías Hernández Alvarez, administrador de una de las tiendas Tepepan del D.F.— **tenemos confianza en que el sistema funcionará, y de ser así, en el presente año lo extenderemos a toda la República. Después de todo, se trata de haber logrado algo que todos perseguimos: ofrecer alimentos de alto valor nutritivo, a bajo precio".**

Playeras contaminantes

No bastan los acontecimientos políticos ni sociales o deportivos para sacar provecho en ventas de múltiples artículos. También un lastimoso siniestro —como la reciente explosión de la Planta Nucleoeléctrica de Pensilvania— para fabricar, en este caso, camisetas.

LAS VENTAJAS DEL DIESEL

Acaba de salir aquí, así que seguramente vale la pena conocer qué opinan en otras partes de él. Se trata del modelo Wolkswagen diesel, cuyo detallado análisis aparece en la revista *Which?* Según lo evaluado por los técnicos de esta publicación, entre sus ventajas se cuentan la excelente economía de combustible, los asientos delanteros confortables, el manejo seguro durante las maniobras normales y aun en las de emergencia, frenos, calefacción y ventilador efectivos. En cuanto a las desventajas, el *VW Rabbit* —así se denomina en Inglaterra— presenta ruido y vibración altos cuando el auto está en marcha pero parado: sin embargo, éstos desaparecen ni bien se pone en movimiento. También se detectó olor desagradable y algo que *Which?* considera un problema para quienes viven en zona montañosa: lenta aceleración en velocidades bajas.



Algo más sobre esta firma automovilística alemana: sus ingenieros prometen un coche de larga duración que podría recorrer 100.000 kilómetros sin re-

EL "CAFEINISMO": UNA NUEVA ENFERMEDAD

"La cafeína en grandes dosis tiende a excitar el sistema nervioso, puede producir tensión e irritabilidad, dolor de cabeza o palpitaciones. Puede causar adicción, y es por eso que medimos cuánta cafeína contenía cada bebida. Sólo a dos no se les detectó este elemento. El resto, incluidas la Coca y la Pepsi, contenían una cantidad apreciable, usualmente alrededor de 150 partes por millón. Esto significa que cada lata contiene tanta cafeína como una pequeña taza de café o té, y un niño que beba 3 latas por día no obtendrá demasiada cafeína, pero sí lo suficiente como para que le produzca algún efecto, particularmente si es menor de 10 años".

Esto es lo que se afirma en un estudio realizado por la revista británica de consumo **Which?** Y no es, de ningún modo, la única advertencia efectuada sobre el tema. Recientemente, el matutino madrileño **El País** publicó un artículo sobre lo que se definía como el síndrome de una nueva enfermedad: el **"cafeinismo".** Allí se plantea que la ingestión de más de tres tazas diarias de café convierten a esta infusión en una droga, ya que origina en el enfermo un verdadero "síndrome de abstinencia" cuando no se administra en su dosis habitual. Y lo que es más importante: según lo expresado por el doctor Alan Brug, las bebidas de cola son el antecedente que prepara a los niños para que más tarde se vuelvan dependientes del "café-droga".

De acuerdo con los estudios realizados por este catedrático, **un niño de 27 kilos que tome tres vasos de cola, ingiere la misma cantidad de cafeína que un adulto de 78 kilos que tomara ocho tazas de café.** ¿Las consecuencias?: dolores de cabeza, nerviosismo e irritabilidad.

(Ver "Estudio Comparativo de Refrescos", pág. 12 de esta edición)

querir afinación. Sólo habrá que reponerle el carburante y cambiar el aceite periódicamente. De acuerdo con lo afirmado por Ferdinand Plech —ingeniero jefe de la Wolkswagen— este modelo "larga duración" saldrá a la venta hacia finales de la década del '80.

(Fuente: "Which", Inglaterra, y "El Sol de México")

Los venezolanos y la buena censura

El nuevo Ministro venezolano de la Juventud, Carlos Brewer Carias, acaba de prohibir la publicidad televisiva de cigarrillos y licores, especialmente aquella en la que, para promocionar estos productos, se utilizan muchachas ligeras de ropa. En los fundamentos de su medida, el ministro señaló que se había llegado al extremo de que "para vender un cigarrillo se mostraba una modelo casi desnuda, lo cual distorsiona la verdadera imagen del sexo y del producto".

(Fuente: "El Nacional", México).

EL CONSUMO EN CIFRAS

La industria químico-farmacéutica en México

Se estima que para 1982, el consumo de materias primas llegará a la cifra de 3.491 millones de pesos, la producción será de 2.715 millones, las exportaciones de 1.303 y las importaciones de 2.078 millones.

En términos financieros, se estima una inversión de 13.000 millones de pesos en esta industria, integrada por 601 establecimientos registrados, de los que 459 son en un 100 por ciento de capital mexicano y 142 de capital extranjero. De las empresas existentes en el mercado nacional, ninguna participa en más del 3 por ciento en las ventas de esta industria. Sin embargo, en su conjunto, las nacionales sólo participan con el 15 por ciento del total, mientras que el 85 por ciento está distribuido básicamente entre las empresas con participación de capital extranjero.

En general, y como parte del engranaje económico de México, la industria químico-farmacéutica tiene ventas que representan el 0.43 por ciento del PIB, el 2.04 por ciento de la actividad industrial total del país, y el 18.97 por ciento de la industria química.

Respecto del gasto del mexicano en medicamentos, las siguientes cifras son elocuentes: de 60 millones de habitantes, 40 no gozan de beneficios de seguridad social, y entre éstos, se estima un gasto en medicinas de 253 pesos anuales per cápita, lo cual representa el 2.5 por ciento de sus percepciones totales. (INFORMATICA-INCO)

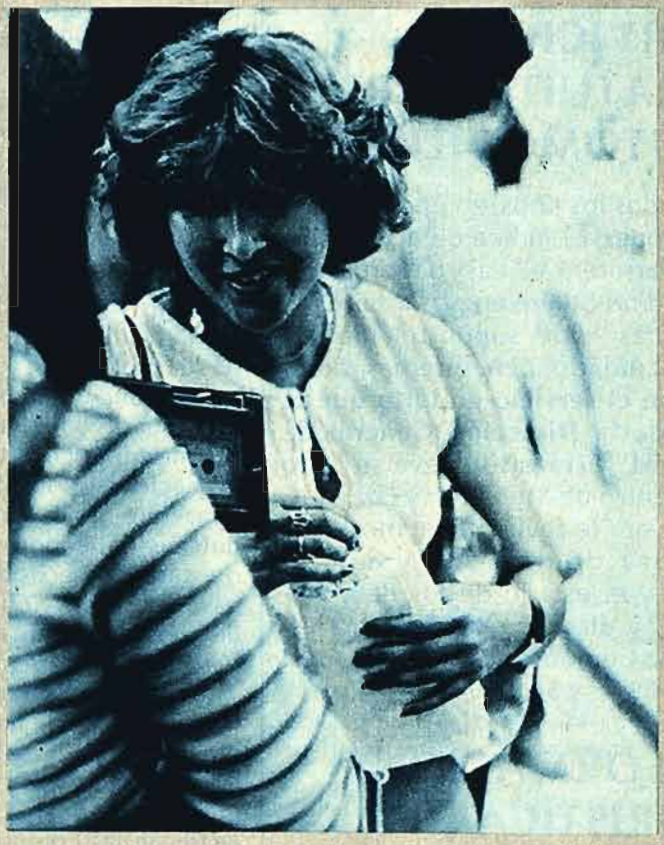
Rasuradoras peligrosas

Casi 300.000 rasuradoras decidió retirar la firma Remington del mercado. Todas forman parte de la "gama M3", en cuyo montaje los filos de lana de acero se depositan en el interior del cárter, con riesgo de ocasionar descargas eléctricas a los usuarios. De allí que cualquier persona en el mundo que posea una rasuradora de la gama M3 (con la leyenda "made in France" y la referencia 5MFID o 6MFID), deberá enviarla a la fábrica. Recibirá otra a cambio y le serán rembolsados sus gastos de envío.

(Fuente: "La Lettre del OR.GE.CO., Francia)

¿Todos somos consumidores?

La campaña lanzada con motivo del tercer aniversario de la Ley Federal de Protección al Consumidor, tiene un lema tan simple como contundente: "TODOS SOMOS CONSUMIDORES". Pero ¿los consumidores se reconocen a sí mismos como tales? Y si es así, ¿se consideran malos o buenos consumidores? Salimos a la calle para comprobarlo, y a partir de este número iremos publicando los resultados de nuestra encuesta.



"Yo soy una buena consumidora. Aunque pensándolo bien..., soy un peligro público comprando; adquiero cosas que no necesito y luego no me sirven para nada. En fin, es cierto eso de que todos somos consumidores, como dice la radio ¿no?"

(Adela Peña de Molina, ama de casa, casada con un comerciante cuyos ingresos mensuales giran alrededor de los 50 mil pesos).

SERVICIO GRATUITO PARA AUTOMOVILISTAS

Todos los años, en época de vacaciones, el índice de accidentes en carretera es casi pavoroso. Si usted no quiere engrosar las estadísticas, por supuesto maneje con cuidado, pero además, **aproveche el servicio gratuito que le brinda la Dirección General de Policía y Tránsito.** Lleve su auto al Centro de Medición y Diagnóstico: allí le revisarán el motor, el sistema de dirección y suspensión y el estado de los neumáticos. **La dirección es Reforma esquina Comonfort, y los teléfonos: 5-26-69-23 y 5-29-30-77.**

INFORMACION TURISTICA

¿Esta vez no tiene ánimos para salir de vacaciones? Claro, quizá aún está pagando las deudas de la desplumada que sufrió la última vez que salió con su familia.

Si quiere prevenir estos abusos, **acuda a la Secretaría de Turismo;** allá le sabrán informar sobre tarifas de hoteles, carreteras, parques de diversión, zonas arqueológicas, museos, monumentos coloniales, playas, balnearios, lugares donde acampar, ferias locales, festividades importantes en la diferentes poblaciones, etc. **Llame al teléfono 250-01-23 para obtener todo tipo de información turística; allí también se harán cargo de sus quejas.**

¿QUE PUEDE HACER LA PROCURADURIA DE LAS COLONIAS POPULARES POR EL CONSUMIDOR?

La Procuraduría de las Colonias Populares es el organismo que propone y ejecuta, en caso necesario, las normas y criterios que habrán de aplicar las Delegaciones para regularizar y rehabilitar a las colonias y zonas urbanas populares, como en el caso reciente que, a raíz del último temblor la zona de Xochimilco se quedó sin agua, promueven la colaboración de los habitantes de dichas zonas. Otra de sus funciones es asesorar a los habitantes de las colonias y zonas urbanas populares del Distrito Federal en la resolución de sus problemas.

Una función importante, y también poco conocida, es que a este organismo le corresponde proponer las acciones judiciales o administrativas que procedan en contra de quienes, valiéndose de la ignorancia o estado de necesidad de las personas, las hagan víctimas de explotación, las induzcan a cometer delitos o impidan la solución legal en cuanto a la formación irregular de colonias y núcleos de habitación, así como a la ocupación ilícita de predios. La Procuraduría de las Colonias Populares se encarga de llevar el registro de las colonias y zonas urbanas populares, así como de las asociaciones que sus habitantes integren. De igual manera trabaja conjuntamente con los Delegados, dependencias y organismos federales, así como con los gobiernos de los Estados y Municipios limítrofes, en la regularización y rehabilitación de las colonias.

Delegaciones del Departamento del D.F.

DELEGACION VILLA ALVARO OBREGON
Av. Revolución y Madero
Tel. 548 02 34

DELEGACION DE AZCAPOTZALCO
Av. 22 Febrero y Av. Jerusalén
Tel. 561 24 02

DELEGACION BENITO JUAREZ
Gabriel Mancera 341
Tel. 536 55 12

DELEGACION DE COYOACAN
Jardín Hidalgo 1
Tel. 554 63 08

DELEGACION DE CUAJIMALPA DE MORELOS
Av. Juárez s-n
Tel. 570 32 04

DELEGACION CUAUHTEMOC
Plaza del Estudiante y Florida
Tel. 526 79 25

DELEGACION VILLA GUSTAVO A. MADERO
Czda. de los Misterios 440
Tel. 517 15 93

DELEGACION DE IZTACALCO
Prolog. Río Churubusco y P. Elías Calles
Tel. 538 21 79

DELEGACION DE IZTAPALAPA
Cuauhtémoc 6
Tel. 582 97 74

DELEGACION LA MAGDALENA CONTRERAS
Alvaro Obregón 20
Tel. 568 48 33

DELEGACION MIGUEL HIDALGO
Sobre Parque Lira entre Vicente Eguía y las Huertas
Tel. 277 80 62

DELEGACION DE MILPA ALTA
Av. Constitución s-n
Tel. 573 56 79

DELEGACION DE TLAHUAC
Av. Cuitláhuac y Madero
Tel. 573 57 80

DELEGACION DE TLALPAN
Congreso 5
Tel. 573 24 63

DELEGACION VENUSTIANO CARRANZA
Estación Balbuena (Metro)
Tel. 762 34 00

DELEGACION DE XOCHIMILCO
Frente Jardín Hidalgo
Tel. 676 08 89

EN CASO DE DEFUNCION

Por supuesto, no se trata de una situación que goce de nuestras simpatías. Pero también forma parte de la vida ocuparse de la muerte. La inhumación tendrá que llevarse a cabo con la autorización escrita dada por el Juez del Registro Civil, quien se asegurará del fallecimiento por medio de un **certificado médico de defunción.** La inhumación sólo puede tener lugar después de que transcurran 24 horas de fallecimiento, excepto en los casos en que se ordene otra cosa por la autoridad que corresponda.

En el acta de fallecimiento se asentarán los datos que el Juez del Registro Civil requiera, y **la declaración será firmada por dos testigos,** de preferencia parientes del occiso, si los hay, o vecinos. En caso de que la persona haya muerto fuera de su habitación, uno de los testigos será aquel en cuya casa se haya verificado el fallecimiento, o alguno de los vecinos más inmediatos.

PROBLEMAS DE DROGADICCION

Los Centros de Integración Juvenil A.C., (CIJ) están dedicados al tratamiento de pacientes con problemas de drogadicción; **reciben a niños, adolescentes y adultos indistintamente.** La cooperación por el servicio puede ser desde cincuenta centavos, y el único requisito es que el paciente esté dispuesto a tratarse. La consulta es externa y cuando hay necesidad de hospitalización se canaliza al enfermo a las instituciones adecuadas. También los CIJ orientan a los familiares, para tratar el problema de drogadicción de algún miembro de la familia que no quiera recibir ayuda directa de los Centros. **El teléfono es el 534-34-34, y funciona de las 8:00 a las 12:00 Hrs. excepto sábados y domingos.**

¿SE LE PERDIO UNA PLACA?

Si por algún desafortunado descuido usted pierde la placa de su automóvil, el primer paso para recuperarla, y en consecuencia para protegerse de los abusos que con ésta puedan hacer personas no muy bien intencionadas, es **presentarse a la Delegación de Policía que le quede más cercana.**

Una vez ahí, usted levantará un acta que le servirá de amparo contra cualquier mal uso que se hiciera de la placa perdida. El segundo paso es **presentarse a su Delegación del D.F.,** donde le harán una orden de reposición de placa que le costará en total 125 pesos por el impuesto y los timbres. **La reposición se hará efectiva en un plazo de noventa días** en la Delegación del DDF que le corresponda.

IMPUESTO SOBRE HONORARIOS

¿Otro impuesto más? Sí. Pero no llore por anticipado, porque es leve. Se trata del Impuesto sobre Honorarios por Actividades Profesionales (que, por supuesto sólo deben pagar quienes perciben ingresos por este concepto) y asciende al 1 por ciento semestral. **Para empadronarse, acuda a la Tesorería del Distrito Federal (en Niños Héroes y Dr. Lavista, Col. de los Doctores), o a las oficinas receptoras de rentas de cada Delegación.** Pero antes, compre —por 12 pesos— la forma correspondiente en cualquier gran papelería y preséntela escrita a máquina. El trámite es muy breve, y culmina cuando le entregan una copia con su número de empadronamiento, el cual debe figurar en todos los recibos de honorarios que usted entregue.

Teléfonos de emergencia

En caso de accidentes llamar a:

Cruz Roja
Av. Ejército Nacional 1032
Tels. 557 57 58
557 57 59
557 57 60

Orientación y quejas del D.D.F.
Tel. 521 40 00
hasta el 08

Urgencias Respiratorias
Instituto de Enfermedades Pulmonares
Tel. 573 34 17

Cruz Verde y Radiopatrullas
Ellos mandarán una ambulancia al lugar del accidente y atenderán a los heridos en la misma ambulancia.
06

Información sobre directorio del gobierno federal, estadísticas y servicios de emergencia
07

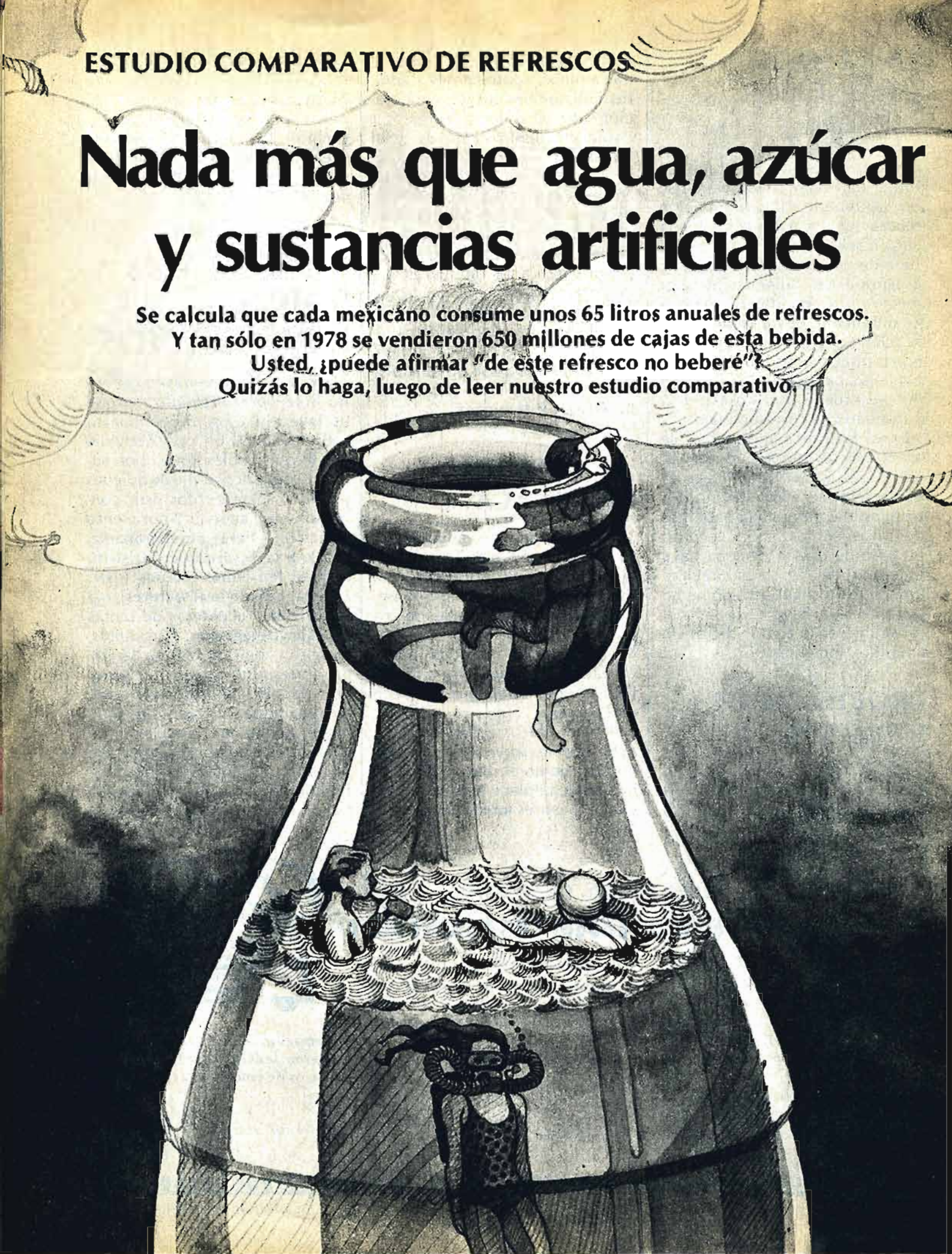
Club de corazones infartados
Tel. 552 88 53

(Coordinación: Susana Rodríguez)

ESTUDIO COMPARATIVO DE REFRESCOS

Nada más que agua, azúcar y sustancias artificiales

**Se calcula que cada mexicano consume unos 65 litros anuales de refrescos.
Y tan sólo en 1978 se vendieron 650 millones de cajas de esta bebida.
Usted, ¿puede afirmar "de este refresco no beberé"?
Quizás lo haga, luego de leer nuestro estudio comparativo.**



El intenso e incesante bombardeo publicitario de las compañías productoras de refrescos, más la "comodidad" del consumidor (un síntoma de su mala educación alimentaria) son razones básicas del alto y peligroso consumo de bebidas gaseosas y similares, cuya función, completamente artificial, es la de satisfacer necesidades inexistentes: cuando el organismo requiere líquido, el agua natural podría proporcionarle todo lo que requiere.

Un refresco por dentro

Los colores, los sabores, los acidulantes y los preservativos constituyen los ingredientes fundamentales de las bebidas carbonatadas. En síntesis, el secreto de cada uno de ellos consiste en lo siguiente:

• Sabores

Se trata, primordialmente, de extractos alcohólicos, emulsiones y zumos frutales. Por su parte los jugos de fruta se elaboran a partir de la misma fruta, concentrándolos generalmente mediante la eliminación del agua.

Los aceites esenciales que proporcionan sabor pueden ser naturales, compuestos o sintéticos (como los aceites de manzana, plátano, cereza, pera, fresa o piña).

Cuando se preparan a partir de la trituración de la fruta, las bebidas suelen ser más sabrosas e incluso contienen una pequeña dosis de vitaminas. Por otra parte los microorganismos y el aire operan nocivamente sobre el producto, por lo cual, teóricamente, deben usarse elementos preservativos, como el benzoato de sodio. En otros casos, los propios ácidos naturales cumplen tal función.

• Colores

Un mecanismo de asociación mental hace que el consumidor espere que la bebida tenga el mismo color que la fruta de la cual supuestamente está hecha.

En las bebidas de cola y tamarindo suele otorgarse el color mediante el caramelo, obtenido a partir de la quema de azúcar de maíz acompañada de sales de amonio. Este es un color vegetal y, dentro de todo, natural. Los demás, son artificiales y se deben preponderantemente a sustancias como la **tartrazine** (limón y lima); el **sunset yellow** FCF (naranja); el **brilliant blue FCF** (si se mezcla con carofenos da colores como, por ejemplo, el de uva).

Estas segundas sustancias, llamadas "colores certificados alimenticios", están sujetas a leyes que certifican su inofensividad para el organismo humano.

• Acidulantes

Los ácidos cumplen dos funciones: equilibran el sabor del producto y

Opina un industrial mexicano

LA SED DE LAS TRASNACIONALES

"De los 60 millones de bebidas refrescantes que se venden en México, el 75 por ciento pertenece a Coca y a Pepsi, y entre el 10 y el 15 por ciento a embotelladoras controladas por estos monopolios. ¿Qué les queda entonces a los embotelladores mexicanos? Apenas un mísero 10 por ciento". Nervioso, enérgico, Rafael Jiménez no oculta que el tema lo apasiona. Y no juega el azar en este apasionamiento: desde hace 40 años es el propietario de la compañía mexicana **Refrescos Pascual, "desde donde he visto crecer el poderío de las trasnacionales que dominan, no sólo el negocio refresquero, sino otras muchas ramas de la producción".**

— ¿Cómo se defiende Pascual **en este contexto?**

— Como podemos y nos dejan. Esta empresa ha desarrollado una tecnología propia muy interesante: la industrialización de la fruticultura. Porque es un hecho que en México se tiende a cultivar más el frijol y el maíz; pero con estos granos, en una hectárea se produce no más de 3 mil pesos. En cambio, una hectárea de frutales le daría al campesino hasta 60,000 pesos. Si todos los refrescos se elaboraran con frutas, habría un consumo de 5,000 millones de pesos y esto repercutiría positivamente en nuestros campesinos. Posiblemente este fuera un factor

Rafael Jiménez: "tenemos un mísero 10 por ciento del mercado"

que ayudaría a resolver el éxodo rural hacia la ciudad.

— ¿Usted se siente solo en esta tarea?

— Sí, porque la mayoría de los empresarios mexicanos se han convertido en distribuidores y comisionistas de las empresas trasnacionales. Es más fácil distribuir pastas dentales, cosméticos, ropa, refrescos, que desarrollar una tecnología propia que puedan heredar las generaciones venideras.

— ¿Cuánto pagan los mexicanos a Estados Unidos, por su consumo de refrescos pertenecientes a trasnacionales?

— Ese 75 por ciento del mercado que controlan **Coca** y **Pepsi** representa una salida de **cuatro mil millones de pesos al año.** Pero más grave resulta aún el estrangulamiento que hacen de la riqueza frutícola de México, al evitar el desarrollo de esta importante industria. Nadie ignora que la mayoría de los refrescos son elaborados con los nefastos sabores artificiales. Por otra parte, las embotelladoras mexicanas se ven imposibilitadas de competir con los formidables recursos que esgrimen las trasnacionales. Ellas les otorgan a los comerciantes cajas y envases de obsequio, les pagan la renta del local, les cubren una póliza de seguro contra incendio, e incluso les proporcionan un refrigerador para que vendan en exclusiva sus productos. De este modo, se instituye una forma de control del comercio que está fuera de toda ética.

— Desde esta perspectiva, ¿qué futuro le ve a la industria refresquera nacional?

— En estas condiciones, es muy probable que el 10 por ciento de empresarios mexicanos del ramo desaparezcan en pocos años, quedando las trasnacionales como dueñas absolutas del mercado.

Información: Alma Sepúlveda

CUADRO COMPARATIVO DE COSTO DE REFRESCOS Y AGUAS FRESCAS

PRODUCTO	VOLUMEN Neto Ml	$ por litro	$ 1/4 litro (1 vaso)
Agua de Limón	1000	2.89	0.72
Agua de Melón	1000	5.22	1.30
Agua de Naranja	1000	3.45	0.86
Agua de Papaya	1000	4.63	1.16
Agua de Sandía	1000	2.48	0.62
Orange Mundet	355	5.07	1.27
Sidral Mundet	312	6.41	1.60
Coca-Cola	355	5.07	1.27
Pepsi-Cola	355	5.07	1.27
Mirinda	473	3.80	0.95
Boing (Tetra Pack)	250	6.40	1.60
Boing (Lata)	355	14.64	3.66

CUADRO COMPARATIVO DE

Producto	Calorías	Proteínas g	Grasas g
Agua de guayaba	594.00	2.50	1.00
Agua de limón	606.50	2.50	0.50
Agua de manzana	730.50	1.50	2.50
Agua de melón	542.50	3.00	0.50
Agua de naranja	836.75	7.50	0.75
Agua de papaya	469.25	1.25	0.25
Agua de pera	717.00	2.50	1.00
Agua de sandía	509.00	2.00	1.00
Agua de durazno	636.50	4.50	0.50
Agua de horchata	370.00	8.00	1.00
Orange Mundet	569.50	0	0
Sidral mundet	416.00	0	0
Coca-cola	477.60	0	0
Pepsi-cola	481.20	0	0
Mirinda	636.60	0	0
Boing guayaba	547.30	0	0
Boing piña	481.20	0	0
Boing fresa	481.20	0	0
Boing tamarindo	547.30	0	0
Boing naranja	481.20	0	0
Boing guanábana	481.20	0	0
Boing piña	525.20	0	0
Boing tamarindo	547.30	0	0
Boing naranja	525.20	0	0
Boing guayaba	481.20	0	0

Fuente: Instituto Nacional de la Nutrición

Aguas frescas: más vitaminas por menos pesos

actúan como protectores contra el deterioro del producto. El cítrico, el fosfórico y el tartárico son los más usados: todos ellos resultan débiles e inocuos.

• **Conservadores**

Su función es evitar el deterioro del producto por la acción de bacterias, hongos y levaduras, si bien su presencia de nada sirve si los equipos, envases, tanques, etc. relacionados con la bebida no guardan perfectas condiciones higiénicas. El oxígeno que inevitablemente queda entre la bebida y la corcholata, suele ser un importante factor de

RADIOGRAFIA DE UNA "ADICCION"

No son pocos los nutricionistas que califican el gusto por los refrescos de "verdadera adicción". Sin llegar a tales extremos, una encuesta realizada entre consumidores arrojó reveladores comentarios, que tanto apuntan a algunos mitos inexplicables, como a ciertos hechos que generalmente no se toman en cuenta. Entre estos últimos figura, por ejemplo, **el caso de mucha gente que acude a los refrescos porque es la única alternativa que tiene ante el agua contaminada de la zona en que vive.**

Las que siguen son algunas de las opiniones recogidas por los encuestadores del INCO:

"Los mexicanos somos muy comodinos, preferimos comprar refrescos a preparar agua fresca en casa; además se encuentran en cualquier parte y se pueden comprar casi a cualquier hora".

"En muchas partes no hay ni agua ni drenaje ni nada..., no queda otra que tomar refrescos cuando se tiene sed".

"El gas quita la sed"

"Si una persona compra refrescos, eso quiere decir que no es tan pobre".

"Si no se puede comprar otra cosa a los hijos para la comida, cuando menos que no falte refresco".

"Los refrescos son nutritivos".

"Un traguito de Coca asienta el estómago a alguien que esté vomitando".

"La **Pepsi,** por dulce, es buena para los niños; los demás refrescos son buenos para mezclar con bebidas alcohólicas".

Fuente: INCO

NUTRIMENTOS DE REFRESCOS Y AGUAS PREPARADAS EN CASA (POR LITRO)

Carbohidratos g	Calcio mg	Fierro mg	Vit. B_1 mg	Vit. B_2 mg	Niacina mg	Vit. C mg	Vit. A U.I.
143.75	82.5	3.30	0.10	0.10	3.25	497.50	244.20
148.00	137.5	3.70	0.15	0.07	0.50	105.00	36.30
177.50	35.0	4.00	0.10	0.05	1.00	50.00	54.45
131.50	85.0	10.95	0.25	0.15	3.00	160.00	1887.60
200.00	360.0	7.57	0.67	0.30	2.25	502.50	329.17
115.50	57.5	1.15	0.12	0.10	0.75	120.00	183.15
174.50	45.0	9.75	0.15	0.35	1.00	35.00	18.15
123.00	30.0	1.75	0.15	0.10	1.00	50.00	605.55
153.50	80.0	10.65	0.10	0.20	3.00	95.00	366.30
79.00	10.0	1.00	0.20	0.00	2.00	0.00	0.00
142.30	0	0	0	0	0	mg/1000 g.	0
104.00	0	0	0	0	0	—	0
109.40	0	0	0	0	0	—	0
120.30	0	0	0	0	0	—	0
159.10	0	0	0	0	0	—	0
136.80	0	0	0	0	0	—	0
120.30	0	0	0	0	0	—	0
120.30	0	0	0	0	0	—	0
136.80	0	0	0	0	0	—	0
120.30	0	0	0	0	0	—	0
120.30	0	0	0	0	0	—	0
131.30	0	0	0	0	0	—	0
136.80	0	0	0	0	0	—	0
131.30	0	0	0	0	0	—	0
120.30	0	0	0	0	0	—	0

deterioro cuando se combina con los saborizantes de la bebida bajo la acción de la luz. Los vidrios oscuros previenen esto en parte, pero más efectiva es la acción de los antioxidantes.

De precios y vitaminas

Pero toda esta infraestructura productiva, cuyas cifras de venta orillan los 15 mil millones de pesos anuales, ¿qué entrega al consumidor?

La respuesta más directa es: elaborados a base de sustancias sintéticas, además de carbohidratos (provenientes del azúcar), poco más hay en una botella de refrescos.

Por un litro de agua con colorantes y azúcar se paga, sin embargo, más que por un litro de leche, o casi lo mismo que por un kilo de huevo.

¿Es entonces la opción beber simplemente agua? No necesariamente; hay otra forma de obtener sabor, con mayores ventajas nutritivas y menor precio. Se trata de las **aguas frescas.** Elaboradas en forma casera y con frutas de la estación, éstas aportan pequeñas cantidades de proteínas; carbohidratos de las frutas; minerales, como calcio, hierro, potasio, sodio, fósforo, azufre y cloro; vitaminas B1, B2, Niacina y vitamina C.

La alternativa de las aguas frescas exige, por supuesto, un poco (muy poco) de trabajo y ésta es una desventaja frente a los refrescos, sobre todo si se toma en cuenta que muchos consumidores encuestados por los técnicos del Instituto declararon que toman gaseosas "por comodidad" (se compran en cualquier parte, a cualquier hora, pueden almacenarse, se ofrecen a las visitas, se destapan y se beben).

Sin embargo el breve esfuerzo de lavar frutas y hervir agua puede tener una enorme y positiva repercusión en el bolsillo y en la salud del consumidor. Comprender esto y ponerlo en práctica puede ser uno de los primeros y más importantes pasos en el camino de una muy necesaria reeducación alimentaria.

Subdirección Técnica.
Departamento de Bioquímica

RECOMENDACIONES AL CONSUMIDOR

- **La mayoría de los refrescos contiene sustancias irritantes capaces de originar trastornos gastrointestinales, como acidulantes y gas.**
- Mientras el agua potable puede beberse sin problemas, el azúcar de los refrescos origina caries. Lávese los dientes después de beber gaseosas.
- **Prepare aguas con frutas de la estación; son baratas, nutritivas y sabrosas; al hacerlas lave bien las frutas y los utensilios y use agua hervida.**
- Evite poner gasolina, tíner, aguarrás, ácido en envases de refrescos, y mucho menos dejarlos al alcance de los niños.
- **Tampoco introduzca parafina, corcholatas, colillas de cigarro, etc., puesto que el lavado industrial no los extrae. Se perjudicarán usted y los demás consumidores.**
- No quite corcholatas con los dientes; puede sufrir lesiones irreparables. Si se rompe la botella, no intente colar la bebida.
- **No acostumbre a los niños a tomar refrescos, y si los envía a ellos a comprarlos, provéalos de una bolsa segura para evitar que se les caiga y rompa la botella.**

Fuente: INCO

Los estudios comparativos tras bambalinas

Detrás de cada una de nuestras investigaciones hay todo un equipo, muchos instrumentos y ciertas peripecias. Decidimos rescatarlos del anonimato para que usted los conozca.

"Nos va a resultar muy difícil olvidar ese lunes, cuando llegamos a trabajar y todo el quinto piso estaba invadido por gorgojos. Tuvimos que fumigar inmediatamente, pero aún varios días más tarde los más confianzudos de estos bichitos se paseaban tranquilamente por nuestros escritorios". La anécdota es apenas una de las muchas vividas por los técnicos del INCO abocados a la realización de los estudios comparativos. En ese caso, los visitantes inesperados habían venido ocultos en uno de los tantos paquetes utilizados para las pruebas de frijol. En otras ocasiones, las experiencias son más fatigosas que divertidas; por ejemplo, cuando un equipo de ingenieros tuvo que convertirse en grupo de esforzados ciclistas para comprobar la calidad y resistencia de las bicicletas analizadas.

Estas y otras peripecias forman parte de un mundo que habitualmente permanece "tras bambalinas", pero es el fundamento de una de las tareas cruciales realizadas por el INCO: precisamente nuestros estudios comparativos. Una labor que no sólo beneficia a los consumidores sino también a los fabricantes, ya que les permite ver sus productos analizados minuciosamente, y mejorarlos si se puede y existe la disposición de hacerlo.

Para los ingenieros Luis Suárez Suárez (jefe del Departamento de Estudios Técnicos), Eduardo Martínez P. (responsable del área de ingeniería) y Carlos Cárdenas V. (responsable del área de bioquímica), así como para su equipo, la tarea no es fácil. Todos los productos relacionados con la ingeniería civil, textil, electromecánica y electrónica, tanto como aquellos que entran dentro del campo de la salud y la nutrición, son susceptibles de ser estudiados. Claro que, de todos modos, hay algunas "pistas" que revelan cuáles productos —dentro de la casi infinita variedad generada por la sociedad de consumo— son los que más requieren de análisis. En general, se trata de productos básicos, de bienes y servicios de consumo generalizado, de mercancías excesivamente promocionadas o cuyo análisis ha sido expresamente solicitado por el Consejo Directivo del INCO, y de productos o servicios de alto índice de denuncias en la Procuraduría Federal del Consumidor.

Televisores, estufas, jabones, colchones, leche y hojas de afeitar pueden confluir y abarrotar en determinado momento el área dedicada a las investigaciones, convirtiéndola en un singular bazar persa. Allí el tiempo sufre curiosas transformaciones, porque en lo que respecta a electrodomésticos, por ejemplo, los aparatos se ven sometidos a un minucioso proceso de "envejecimiento": para medir su resistencia y durabilidad, en seis meses se realizan las pruebas equivalentes a un uso normal de tres años. Por otra parte, hay laboratorios externos —que no persiguen esencialmente fines lucrativos— dedicados a complementar todos los "tests" desarrollados por el INCO. De una u otra forma, en cada uno de los 50 estudios comparativos realizados hasta el momento se reprodujeron las condiciones normales de uso de los productos, a lo cual habitualmente se agregan encuestas y experiencias directas con consumidores, de modo tal de poder ofrecer conclusiones tan profundas como detalladas. En cuanto a los principios técnicos que rigen las investigaciones, se determinan en coincidencia con los asesores externos expertos en control de calidad, y en relación con las normas de fabricación tanto mexicanas como internacionales.

En suma, cada vez que nuestros técnicos planifican un estudio comparativo, un delicado operativo se pone en marcha. Tan delicado como su decisión de compra, a la que estas investigaciones intentan aportar un poco de luz, dentro de la marejada del consumo frecuentemente confuso, a veces irracional y siempre peligrosamente tentador.

INFORMACION: Raúl Carbonell

Carlos Guerrero Larrañaga: "FONACOT no es consumista"

Cuando se le demanda que —en 5 palabras— defina a FONACOT, señala: "En cierta forma es la tarjeta de crédito de las clases populares del país, para cuyo uso la única garantía requerida es que el solicitante sea trabajador". También agrega que se trata de un sistema crediticio prácticamente único en el mundo. Expertos de países de tan distinta definición política como Rumania y Venezuela, Perú y Suecia, Canadá y Colombia confirmaron, de visita en México, esta impresión. La semana pasada, el Licenciado Carlos Guerrero Larrañaga (52 años, oriundo del barrio de Tacuba, profesionista de las relaciones industriales, al frente de FONACOT desde 1974) recibió a Revista del Consumidor **y los que siguen fueron los puntos sobresalientes de la plática.**

—En últimas fechas un diario señaló que FONACOT incitaba al consumismo al trabajador mexicano. ¿Cuál es su opinión al respecto?

—Primero habría que definir qué es consumismo. Consumismo sería comprar bienes suntuarios o innecesarios para el hogar. Consumismo sería aquello de comprar cosas que correspondan a culturas diferentes, pertenecientes a otras latitudes del mundo que han propiciado el consumismo. Consumismo es que algunas fábricas le hayan puesto un rosticero a las estufas, cuando los que rostizan pollos son las americanas o las europeas pero no las mexicanas. En cambio, no le han puesto un sistema para producir tortillas. FONACOT, dentro de su cuadro de especificaciones básicas, no acepta que se venda una consola de más de 1.50 m. de largo; no acepta que se venda un refrigerador con dispositivo de deshielo que sólo lo encarece; no acepta que la estufa traiga reloj eléctrico porque no sirve para nada. Entonces creo que FONACOT no incita al consumismo sino que, más bien, propicia y orienta el gasto del trabajador para que compre las cosas más adecuadas y necesarias en sus hogares.

—Y existiendo un montón de modelos de electrodomésticos así de suntuarios, con mejoras que sólo incrementan su precio, ¿cómo se le enseña al trabajador a no comprometerse en esas compras?

—Sería presuntuoso pensar que nuestra orientación va a evitar el consumismo o la compra de enseres innecesarios, pero hemos tratado de que buena parte de los 800 mil trabajadores que han comprado a través de FONACOT no adquieran una licuadora de 10 velocidades totalmente innecesaria o una plancha de 9 calores. Hemos advertido a la esposa que puede planchar con una plancha de dos calores y puede licuar o triturar con una de dos velocidades.

—De acuerdo con la concepción de FONACOT y suya particular, ¿qué es lo indispensable para un trabajador?

—Hablando de los trabajadores del estrato más bajo, con ingresos de salario mínimo, para nosotros lo indispensable es que tengan el mobiliario esencial: la cama del matrimonio, la de los hijos, la mesa donde comer, otra mesa donde puedan hacer tareas, y sillas. Y después, como una etapa posterior, tener una estufa donde cocinar es básico, un refrigerador en donde se guarden los lácteos, ya que si la leche se descompone, entonces se termina por consumir refrescos, los cuales no tienen ventaja alimenticia.

—¿El trabajador mexicano tiene tendencia consumista?

—Sí. Desafortunadamente, en general, el habitante del país está inmerso en un mundo publicitario y a veces de contrabando absurdo, y para eso es motivo de presiones tan fuertes para que se incremente la tendencia hacia el consumismo.

—¿Cómo se podría revertir tal tendencia, hablando siempre del trabajador?

—Yo creo que el modo de revertirlo es que el Estado, en una forma un tanto paternal, le enseñe cómo gastar mejor su dinero. También son eficaces campañas como las del Instituto Nacional del Consumidor, de que el afecto no se demuestra con el precio, o las de Transparencias de Precio, y las campañas para que compre en tiendas CONASUPO.

—¿Cuánto cuesta un electrodoméstico comprándolo a través de

"Sería presuntuoso pensar que evitaremos la compra de lo innecesario"

"El Estado debe enseñar a gastar mejor el dinero"

"Buscamos muebles que respondan a las necesidades de la familia mexicana"

"Desafortunadamente, la publicidad nos impulsa a tener tendencias consumistas"

FONACOT o por algún otro sistema?

—Creemos que el ahorro para el trabajador anda por el orden del 50%; o sea que si comprar en otro lugar le cuesta 150, en FONACOT le cuesta 100. Pero cuando el trabajador compra en tiendas orientadas para vender a crédito, ya sea en cadenas grandes o en tiendas pequeñas, el costo del artículo puede incrementarse hasta en un 200%.

—¿Cómo puede y debe cuidarse un adquirente de crédito?

—El adquirente de crédito FONACOT debe sentir que lo que está comprando es de absoluto contado. En el momento que recibimos aquí la factura comprobando que el vendedor entregó la mercancía, FONACOT le paga en efectivo ese dinero a la tienda. No hubiésemos nosotros podido conseguir los descuentos que las tiendas nos dan, si no fuera por la circunstancia de que pagamos al contado a las tiendas. Por su parte, la utilidad de la tienda es agregar ventas adicionales a sus ventas habituales.

—¿Entonces quiere decir que el comerciante no le está haciendo un favor al que compra?

—De ninguna manera y al contrario: el consumidor le está haciendo un favor al comerciante. ¿Qué más diera un comerciante para conseguir que los 800 mil trabajadores afiliados a FONACOT le compraran a él solo? Imagínese: lo volvían más rico de lo que muchos son ya. Por ejemplo, al principio los dueños de "General de Gas" alegaban que FONACOT era una institución de tipo socialista, nos sentían como la invasión del Estado al sistema crediticio. Pero al cabo de un año son ellos los que se acercan a FONACOT y solicitan afiliación.

—¿Cuántos comerciantes han sido sancionados por FONACOT hasta ahora?

—Unos 15 ó 20 de una cantidad de 1,300. Conocerá usted aquel dicho: cuando veas las barbas de tu vecino cortar, echa las tuyas a remojar.

—¿Se llegará a vender autos a través del sistema FONACOT?

—Dentro del esquema previo se pensó, pero son de un precio tan alto que estas rentas canalizarían los recursos que requieren otros trabajadores para estufas o para camas, productos realmente básicos..

—FONACOT organizó un concurso que merece y seguirá mereciendo todo nuestro apoyo sobre el mobiliario de interés social. ¿Qué quiere decir ese término —mobiliario de interés social— y cuáles fueron los resultados?

—Encuestas iniciales y concursos permanentes que hemos hecho, nos informaron que una de las carencias mayores que tiene el trabajador mexicano es la de mobiliario. Si bien uno de los deseos mayores del trabajador es tener un televisor, con cierta frecuencia vemos que carece de cama, de silla o de mesa. Por otra parte observamos que los muebles que se venden en el país no se adecúan a las dimensiones de las viviendas que se están construyendo por parte de INFONAVIT. Hay unidades del ISSSTE de 46 metros cuadrados, pero las camas tienen cabeceras que pretenden imitar muebles de la época de los 20's, estilo Gloria Swanson o **Chipendale** corriente o barbaridades de ésas, que definitivamente no caben. Por todo ello, y para mejorar la calidad, convocamos al primer concurso y a un segundo concurso buscando muebles que, tuvieran las características ergonométricas del mexicano; que respetaran las dimensiones de la habitación del trabajador urbano, y, en fin, que correspondan más a la durabilidad, a las dimensiones y a todo lo que es el ambiente en que desarrolla su vida el trabajador mexicano. Pensamos también en que fuera fácil de desarmar y transportar, porque transportar una cama armada completa al obrero le cuesta más dinero que la cama misma.

El primer concurso tuvo más de 300 participantes y hubo muestras de estupenda creatividad: como la idea de un sofá hecho con llantas viejas, recubierto con ciertos lienzos. Era muy bonito. Los 24 artículos premiados se encuentran en proceso de fabricación: camas, salas, sillones muy simples pero bastante durables. Le dan reposo al trabajador y a su familia y a la vez son muy sencillos y prácticos. En cuanto al costo, estos artículos fueron diseñados también para que no tuviesen acabados muy finos, o aparentemente finos. Y esto ha hecho que sus precios no llegaran a las sumas estratosféricas de los que están en el mercado. En estos días se sabrá el nombre de los ganadores del segundo concurso.

[Carlos Ulanovsky]

PRONTUARIO DE DATOS ESTADISTICOS DE FONACOT Enero-Diciembre de 1978

NUMERO DE CREDITOS AUTORIZADOS:	$ 260.488
IMPORTE DE LOS CREDITOS AUTORIZADOS:	$ 2,343,321,039.00
VALOR PROMEDIO DEL CREDITO:	$ 8,996.00
SALARIO MENSUAL PROMEDIO:	$ 5,574.00

PRINCIPALES ARTICULOS APOYADOS: Camas y Recámaras, 106 mil (15%); Refrigeradores 40 mil (6%); Comedores 37 mil (5%); Salas 44 mil (6%), Consolas y Equipos Modulares 40 mil (6%); Estufas 28 mil (4%); Lavadoras 25 mil (3%); Ropa 3.7 mil (0.5%); T.V. 50 mil (7%).

ESTADO CIVIL DE LOS BENEFICIADOS:
Casados 71% Solteros 24% Viudos, Divorciados Unión Libre 5%

ANTIGUEDAD DE LOS TRABAJADORES AFILIADOS:
5 años, 6 meses promedio

INGRESO DE LOS TRABAJADORES EN EL MOMENTO DE AFILIARSE:

El 64% con salarios inferiores a	$ 4,500.00
El 27% con salarios entre $ 4,501.00 a	$ 7,500.00
El 8% con salarios entre $ 7,501.00 a	$ 18,000.00

PROMEDIO DE ARTICULOS ADQUIRIDOS POR TRABAJADORES: 2.55

EDAD PROMEDIO: 30 años 9 meses El 59.47% son jóvenes entre los 18 y 30 años.

AHORRO OBTENIDO POR LOS TRABAJADORES: $ 1,318,117,394 (Durante 1978)

EL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR EN EL RADIO

El Programa del Consumidor: diariamente por Radio Educación, de 8:30 a 9 a.m.

Quién es quién en los precios: diariamente por XEMP 710, de 7:30 a 7:45 a.m., y por XERPM 660, de 8:15 a 8:30 a.m.

ESTE ALERTA - 15 MINUTOS DE RADIO POR DIA LE PUEDEN HACER AHORRAR MILES DE PESOS AL MES

FORMAS ALTERNATIVAS DE CONSUMO

Frutas: para aprovechar las temporadas altas y los precios bajos

Todas las frutas y hortalizas tienen su "temporada alta", esto es, una época en que la producción aumenta y consiguientemente el precio baja. Es ése el momento ideal para comprar mayor cantidad de estos productos y buscar el modo de aprovecharlos más adelante. Pero ¿cómo? La respuesta se encuentra en el programa de "Aprovechamiento e industrialización de frutas y hortalizas a nivel doméstico", diseñado por la Comisión Nacional de Fruticultura (CONAFRUT). Desde la preparación de ate, jaleas y mermeladas, hasta legumbres curtidas y licores, pasando por compotas y confitados, este método permite ganar en precio, higiene y sabor. Incluso, presenta la posibilidad de contar con productos que no existen en el mercado; ¿acaso a usted no se le antoja una mermelada de papaya? Si la respuesta es afirmativa, el siguiente artículo le ofrece las claves para lograrlo.

Las "herramientas"

Para lanzarse a esta tarea no se necesitan muchas cosas. Más bien se emplean utensilios de cocina de uso común, aunque si se busca un buen aprovechamiento del trabajo y las visitas al mercado, es recomendable recurrir a utensilios de mayor tamaño que los usuales. De todas formas, **se necesitan dos o tres ollas de peltre, parrilla de gas o estufa, recipientes de plástico, cuchillos, tablas y cucharas de madera, coladores, taza de medir, frascos con rondana de hule, moldes, embudos de plástico y lijas de agua, que se emplean en la preparación de mermeladas de cítricos.** El costo de todo esto, de tener que comprarlo, no superará los 300 pesos, pero esa erogación no irá a pérdida: se puede utilizar las veces que uno quiera.

Confitado o cristalización de frutas

El sistema de industrialización doméstica persigue que la fruta elimine la mayor cantidad posible de agua y absorba la mayor cantidad posible de azúcar. Para lograrlo, se siguen los pasos siguientes:

- **Selección de la fruta:** no debe ser ni muy verde ni muy madura.
- **Lavado:** con agua potable, para eliminar la tierra, residuos de fertilizantes y fungicidas.
- **Preparación:** la fruta se corta en rodajas, cuadros o se deja entera; eso depende del gusto de cada quien.
- **Jarabe:** se prepara con 400 grs. de azúcar y 600 mililitros de agua (la sexta parte de un litro), haciendo hervir la mezcla durante 25 minutos. Las cantidades pueden variar respetando siempre las proporciones.
- **Proceso:** se sumerge la fruta en el jarabe una vez que ha transcurrido el tiempo de cocción, durante alrededor de 4 minutos (depende de la madurez de la fruta: más verde, se deja más tiempo). Inmediatamente después, se retira del fuego la olla y se deja reposar durante 4 horas; el proceso se repite cinco veces (hervor y reposo), al cabo del cual se retira la fruta del almíbar y se deja secar (preferiblemente al sol) hasta que pierde toda la humedad exterior. Luego se puede empacar en bolsas de papel celofán.

Frutas en almíbar

El procedimiento es parecido al anterior.

- **Selección:** la fruta debe estar en su buen punto de madurez.
- **Lavado:** el mismo que para el confitado.
- **Mondado o pelado de la fruta:** hay tres procedimientos. **El químico,** para el cual se prepara una solución de 20 grs. de sosa cáustica (de venta en farmacias) en un litro de agua, se hace hervir y luego se sumerge la fruta durante alrededor de cuatro minutos; luego se saca la fruta y se lava con agua fría: la cáscara se desprende sola. **El sistema químico es el más adecuado para frutos con cáscara muy pegada a la pulpa, como durazno, chabacano, guayaba, etc.**

El mondado por escalda es más sencillo: se sumerge la fruta en agua muy caliente e inmediatamente después en agua fría; **es muy apropiado para frutas de cáscara gruesa,** la que se desprende con facilidad. El mango, por ejemplo.

El mondado manual no merece mayores aclaraciones, salvo que debe utilizarse un cuchillo de acero inoxidable.

- **Envasado:** primero debe esterilizarse el frasco, sometiéndolo a baño maría —con la boca hacia abajo— durante 20 minutos. Una vez realizada esta operación, se coloca la fruta en su interior, hasta el borde, cortada o entera; pero mientras se realiza el envasado, la preparación del almíbar debe haber culminado.
- **Almíbar:** se prepara con medio litro de agua y medio kilo de azúcar, o cantidades mayores con la misma proporción. Se le agrega una cucha-

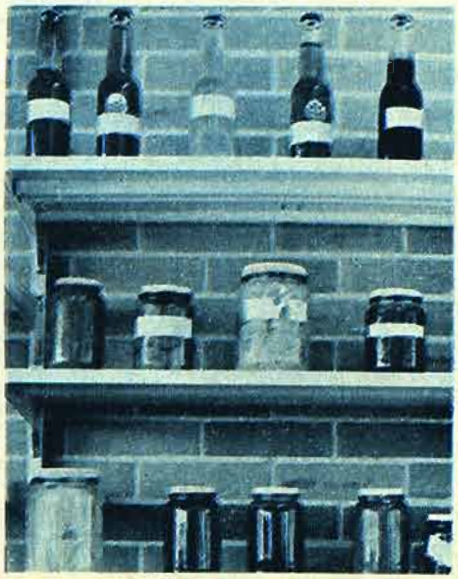
Para una rendidora mermelada: extracción de la pulpa

Picado de la cáscara

Esterilización de frascos

Cocción, con todo y azúcar

Llenado



Tarea cumplida

ra de ácido cítrico (de venta en farmacia).

• **Preparado final:** al frasco esterilizado y rebosante de fruta se le agrega el almíbar caliente, hasta el cuello del frasco, y se tapa herméticamente (por eso **es necesario que el frasco cuente con rondana de hule**). Luego se prepara una solución de agua con sal (un litro con 400 grs.) y se pone a hervir, sumergiendo los frascos dentro, durante media hora, para sacarlos luego y dejarlos enfriar a temperatura ambiente.

Jaleas, mermeladas y ates

Para preparar **jaleas** se extrae el jugo de un kilo de fruta, se mezcla en un litro de agua con una pizca de ácido cítrico (digamos 3 grs.), y se hierve todo durante 45 minutos. En el transcurso de la cocción, se le agrega un kilo de azúcar, y se envasa con el procedimiento detallado anteriormente.

La **mermelada** es igualmente sencilla: se corta la fruta en trozos, cuidando que el jugo quede en la olla, y se agrega entre medio y un kilo de azúcar, depende del dulzor que quiera dársele a la mermelada y la madurez de la fruta. Se pone a hervir hasta que la pasta adquiera la consistencia de la mermelada, y se envasa con el procedimiento antes detallado.

El **ate** requiere una preparación similar a la mermelada: se debe pulverizar la fruta (en licuadora) y se agrega un kilo de azúcar por cada kilo de fruta; la mezcla se pone a fuego lento hasta que evapore la mayor cantidad posible de agua, y por último se vacía la pasta en moldes de madera o acero inoxidable. Cuando enfríe tomará la consistencia del ate.

PARA MAS DATOS

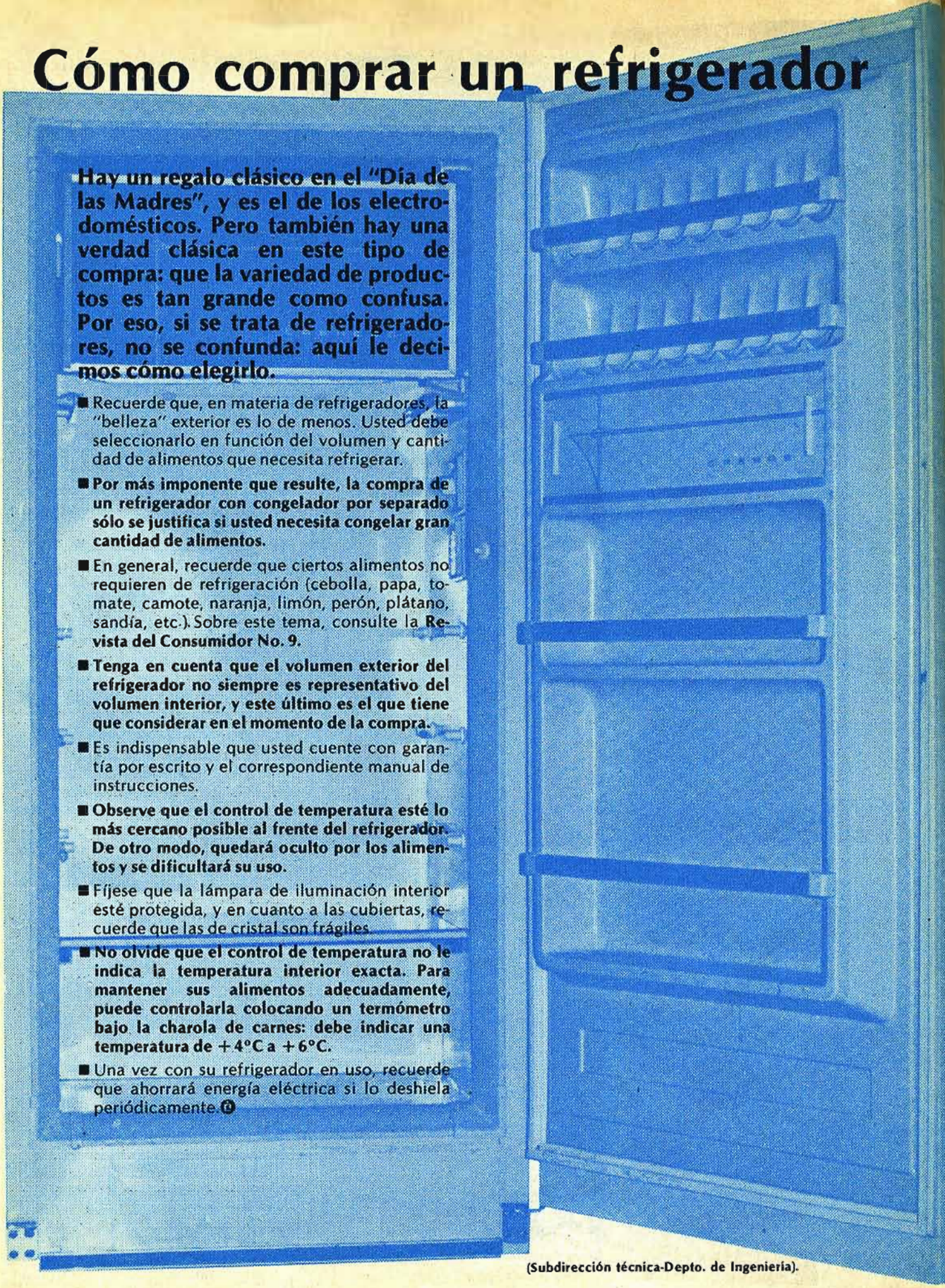
El programa elaborado por Fruticultura contempla también el curtido de hortalizas y la preparación de licores. En el teléfono **5 70 24 99 (extensión 137)**, la Comisión proporciona detalle de los procedimientos industriales domésticos o de los cursos que se dan sobre la materia. Si uno es más entusiasta, puede ir hasta el **kilómetro 14 y medio de la carretera México-Toluca**, donde está CONAFRUT y recabar datos personalmente con la señorita **Clemencia Colin.**

(Información: Elvia Isela Ochoa)

Cómo comprar un refrigerador

Hay un regalo clásico en el "Día de las Madres", y es el de los electrodomésticos. Pero también hay una verdad clásica en este tipo de compra: que la variedad de productos es tan grande como confusa. Por eso, si se trata de refrigeradores, no se confunda: aquí le decimos cómo elegirlo.

- Recuerde que, en materia de refrigeradores, la "belleza" exterior es lo de menos. Usted debe seleccionarlo en función del volumen y cantidad de alimentos que necesita refrigerar.
- **Por más imponente que resulte, la compra de un refrigerador con congelador por separado sólo se justifica si usted necesita congelar gran cantidad de alimentos.**
- En general, recuerde que ciertos alimentos no requieren de refrigeración (cebolla, papa, tomate, camote, naranja, limón, perón, plátano, sandía, etc.). Sobre este tema, consulte la **Revista del Consumidor No. 9.**
- **Tenga en cuenta que el volumen exterior del refrigerador no siempre es representativo del volumen interior, y este último es el que tiene que considerar en el momento de la compra.**
- Es indispensable que usted cuente con garantía por escrito y el correspondiente manual de instrucciones.
- **Observe que el control de temperatura esté lo más cercano posible al frente del refrigerador. De otro modo, quedará oculto por los alimentos y se dificultará su uso.**
- Fíjese que la lámpara de iluminación interior esté protegida, y en cuanto a las cubiertas, recuerde que las de cristal son frágiles.
- **No olvide que el control de temperatura no le indica la temperatura interior exacta. Para mantener sus alimentos adecuadamente, puede controlarla colocando un termómetro bajo la charola de carnes: debe indicar una temperatura de +4°C a +6°C.**
- Una vez con su refrigerador en uso, recuerde que ahorrará energía eléctrica si lo deshiela periódicamente.



(Subdirección técnica-Depto. de Ingeniería).

AUNQUE ABUNDE

No nos convirtamos en los "nuevos ricos" del petróleo

A la hora exacta, ese objeto redondo fabricado en polipropileno comienza a chillar como si fuera la última vez. Deslizándose en su cubierta de celulosa polinósica, Rogelio se da cuenta de que no hay nada que hacer, que aunque el sueño lo venza debe levantarse para concurrir a su trabajo.

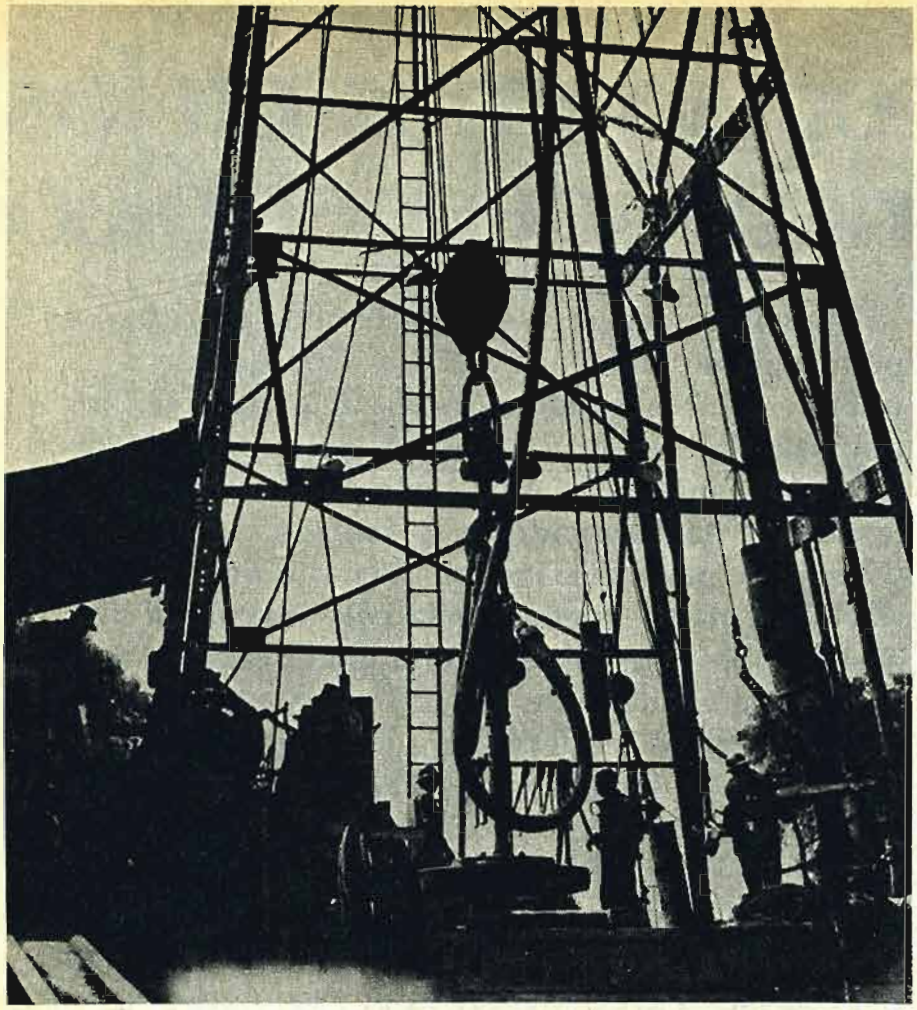
Antes de pasar al baño, va al cuarto de los niños. Abriga al más pequeño con la colorida manta de acrilonitrilo y descubre en el suelo el calzado de cloruro de vinideno del mayor.

Acidos grasos y ésteres para la primera higiene de la jornada, poliamida para secarse y poliuretano para ordenarse el pelo. ¿A ver qué dice el radio accionado con negro de acetileno? Comerá con prisa un yoghurt en el recipiente de metilestireno y meterá un par de naranjas (alguna vez tratadas con isopropalonaminas para su mejor crecimiento) en un trozo de etilenoglicol.

Tomará el transporte San Juanico-Palmas y un penetrante olor le hará pensar en la posibilidad de que el camión esté perdiendo su combustible por algún sitio. Sin importarle en exceso, abrirá el periódico y se enterará, con no poco asombro, que México, su país, tiene reservas potenciales de 200 mil millones de barriles de petróleo.

Ya son las 7 y pronto estará trabajando. Pero desde que despertó, y sin darse cuenta, su vida ha sido un constante contacto con el petróleo.

Podrá preguntarse: ¿qué tengo que ver yo, un consumidor común, con la bonanza petrolera?, ¿cuál es mi responsabilidad tan lejos de las decisiones de PEMEX y de las negociaciones con gobiernos extranjeros? La Revista del Consumidor — cuyas tintas y pinturas también están hechas con base en el petróleo — averiguó formas para no desperdiciar el famoso "oro negro" que nos ha convertido en el país de moda.



El país "elegido": reservas probadas de 40 mil millones de barriles

"Yo no concibo al hombre moderno —nos dice el ingeniero Jorge Miramontes— **viviendo con la comodidad que lo hace si no existiera la petroquímica".**

Jorge Miramontes, ingeniero químico de la Universidad Iberoamericana ha dedicado muchos años al estudio de la petroquímica. Añade el experto:

"Por ejemplo, ahí tiene usted su reloj; tiene componentes que han sido manufacturados con petróleo; su camisa, los botones, la pintura de las casas, los recubrimientos, esta alfombra, en fin, prácticamente en todas las manifestaciones de nuestra civilización se encuentran productos manufacturados a través de esta moderna técnica".

Actualmente PEMEX fabrica cerca de 50 productos de petroquímica básica que se transforman en la petroquímica secundaria para ser convertidos en plásticos, fibras, pinturas y miles de productos más, además del uso que se les da a los hidrocarburos para obtener fertilizantes.

En su reciente informe de 1979, el director de PEMEX, ingeniero Jorge Díaz Serrano, señaló que en 1978 la producción de petroquímicos básicos fue de 6 millones de toneladas y su valor total de casi 12 mil millones de pesos, 37 por ciento más que el año anterior.

Para 1982 —ha declarado— **Petróleos Mexicanos** tiene programado exportar el 16 por ciento de sus productos refinados y el 17 por ciento de sus petroquímicos básicos.

Pálido oro negro

"México tiene petróleo para más de 70 años", "Tenemos reservas probadas de 40 mil millones de barriles", "Nuestras reservas potenciales son de 200 mil millones de barriles". Estas son algunas noticias que acabamos de recibir y que con alguna razón nos hacen sentirnos con la prosperidad del país "elegido". Esa riqueza, pensamos, aportará beneficios inmediatos a toda la población consumidora, pues todos utilizamos el petróleo de una u otra manera.

Sin embargo, ¿es ésa la realidad? ¿Es motivo para que nos sintamos ricos o, más aún, nos comportemos como nuevos ricos y lo desperdiciemos?

Luis Pazos, economista, escritor de varios exitosos títulos, el más reciente sobre el petróleo, asegura que la riqueza petrolera no resuelve todos los problemas sociales. **"Los casos de Venezuela y Arabia Saudita nos hacen ver que, a pesar de ser exportadores de petróleo, tienen todavía grandes masas de población viviendo miserablemente".**

Francisco Paoli, director del departamento de Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, va más allá.

"Se está haciendo un esfuerzo descomunal para producir petróleo sin que hasta ahora haya modificaciones sustanciales, ni siquiera en forma mínima, en la estructura social y la distribución del ingreso".

"De esa manera — explica quien tiene un profundo interés en el desarrollo rural— **muchos campesinos se van a dedicar a trabajar en el petróleo y van a descuidar todavía más sus parcelas; lo más grave es que van a dejar de producir alimentos que nos nutren a todos y estaremos obligados a importar algo que ya se producía y que ahora será más caro".**

Esto es, que probablemente el consumidor podrá gozar de gas y gasolina baratos, pero de no existir un desarrollo armónico tendrá que pagar cada vez más por los alimentos.

Riqueza peligrosa

También habría que plantearse si estamos preparados para la riqueza que nos brindará el petróleo, o si eso nos llevará a ser todavía más consumistas.

"Todo depende —responde el maestro Paoli— **de a dónde se distribuya lo que produzca la renta petrolera. Yo creo que la estructura económica y social en este momento está preparada para dilapidar el dinero y no para gastarlo productivamente. Habría que elaborar un plan nacional de energéticos en el que se dijera hacia dónde se van a dirigir las ganancias".**

El licenciado Luis Pazos comparte ese pesimismo al referirse a las consecuencias de la explotación petrolera.

Todo esto es petróleo: usted decide si lo cuida

Producto Usos principales

Poliuretano: *Espuma de poliuretano* (vasos desechables, figuras de ornato, empaques).

Cloruro de vinilideno: *Policloruro de vinilo* (botellas, cables, discos, zapatos, maletas).

Poliolefinas: *Polietileno de baja densidad* (fundas, sacos, juntas, recipientes domésticos, bolsas de supermercado)

Polietileno de alta densidad (cajas para refrescos, botellas, bidones, piezas de aparatos electrodomésticos).

Metilestireno: *Polímeros estirénicos* (cajas, recipientes para yogurt, vajillas, muebles).

Celulosa: *Polinósicos* (lencería, sedería, forros, terciopelos, cintas). *Acetato* (corbatas, tejidos para vestidos).

Poliamida: *Nylon* (medias, zapatos, lencería, camisas, prendas deportivas, alfombras, cordelería, cinturones de seguridad, toldos, refuerzos para neumáticos).

Poliestireno: *Poliéster* (camisas, visillos, cortinas, sábanas).

Acrilonitrilo: *Acrílico* (ropa de punto, ropa de niño, peluche, mantas, tejidos para muebles).

Polipropileno y poliestireno: *Lustrán o ABS* (aparatos telefónicos).

Canecalón: *Fibras sintéticas* (pelucas, pestañas postizas).

Acido acético: *Acetatos, textiles, latex* (guantes y calzones de hule para bebé).

Anhídrido acético: *Acetato de celulosa* (películas fotográficas).

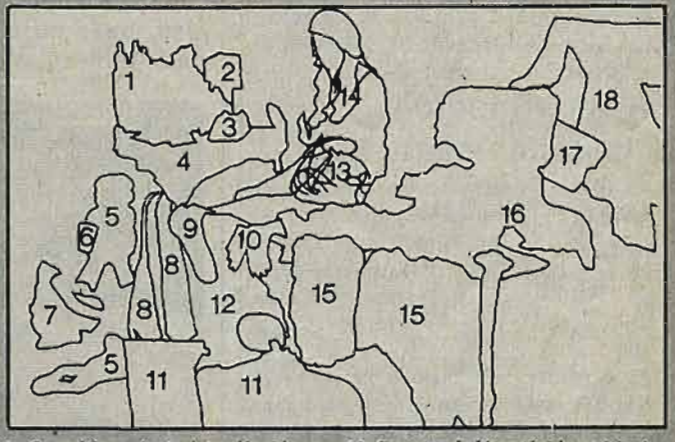
Petrolato líquido: *Cosméticos de uso externo* (tónicos de cabello, pomadas y cremas para la piel, lociones, aceites bronceadores).

Isopropanolaminas: Detergentes, insecticidas, cosméticos, productos farmacéuticos.

Acidos grasos y ésteres: Jabones.

Negro de acetileno: Pilas secas.

Etilenoglicol: Anticongelante, celofán, explosivos, textiles.



1: Cosméticos (petrolato líquido e isopropanolaminas)
2: Radio (polietileno de alta densidad, negro de acetileno)
3: Teléfono (polipropileno y poliestireno)
4: Mantel (celulosa)
5: Peluche (acrilonitrilo)
6: Vaso desechable (poliuretano)
7: Textiles (etilenoglicol acrílico)
8: Corbatas (acetato)
9: Medias (nylon)
10: Guantes de látex (ácido acético)
11: Discos (cloruro de vinilideno)
12: Bolsas de supermercado (poliolefinas)
13: Cinta de grabación (celulosa)
14: Peluca (canecalón)
15: Ropa de punto y pieles sintéticas (acrílico)
16: Jabón (ácidos grasos y ésteres)
17: Empaques (poliuretano)
18: Lencería (polinósicos)

COMO AHORRAR PETROLEO

- No use automóvil para todo, a veces puede hacer el mismo recorrido a pie, en metro o en camión.
- Si es posible reúnase con sus vecinos que trabajen cerca de donde usted lo hace para viajar en un solo auto; da tristeza ver cómo gastan combustible tantos vehículos con un solo pasajero.
- Un automóvil sin afinación gasta más gasolina; afínelo periódicamente.
- No deje abiertas por mucho tiempo las llaves del agua caliente.
- Procure usar ollas a presión (express) para cocinar algunos alimentos; consumen menos gas.
- Utilice un calentador de agua que se adapte a sus necesidades; los calentadores automáticos o demasiado grandes calientan agua que no se usa.
- Apague la luz, el televisor y la radio cuando no los está utilizando; recuerde que la energía eléctrica consume un elevado porcentaje de petróleo.
- Abra la puerta del refrigerador sólo cuando sea necesario; la puerta abierta permite la entrada del aire caliente y se gasta más energía para volver a enfriar.
- Revise periódicamente el correcto funcionamiento de sus aparatos eléctricos e instale tubos de luz fluorescente: consumen 40 por ciento menos energía.
- No corra mucho en su auto; un vehículo a 120 kilómetros por hora gasta un 46 por ciento más de gasolina que a 70 KPH.
- Revise que las llantas del coche estén bien infladas y no lo caliente por más de 30 segundos.

Algunos intentos para gastar menos

- En Brasil se están preparando para producir automóviles que no requieran gasolina, sino alcohol metilo; en México, el Instituto Mexicano del Petróleo con asesoría de **Texas Oil**, realiza investigaciones similares.
- En nuestro país salió a la venta el **Caribe**, que funciona con Diesel a un mayor rendimiento y menor costo del combustible.
- Se están haciendo pruebas para usar gas natural, propano y butano, como combustible en los autos.
- Los países europeos acordaron reducir este año su consumo de petróleo en un 5 por ciento.

Fuente: Periódicos de México e Informática INCO

Licenciado Paoli: ¿quién piensa en los campesinos?

"Creo —dice el economista— **que si se sigue gastando tanto dinero para sacar más petróleo, el financiamiento de esa industria provocará inflación".**

Explotación acelerada

Volvemos con el maestro Paoli. Se nota inquietud en su rostro y en sus ademanes cuando expresa: **"Se está haciendo una explotación muy acelerada y al hacerlo a esta velocidad se están quemando millares y millares de pies cúbicos de gas. Usted sabe que en gran medida el petróleo viene asociado con gas, de tal manera que si al extraer petróleo no se tiene a dónde conducir el gas, debe quemarse".**

"Eso es lo que está pasando en México, pues no tenemos ni sistemas para aprovecharlo, ya sea vendiéndolo o consumiéndolo".

Ingeniero Miramontes: todo es petroquímica

Es el mismo gas que, licuado a presión, podría llegar a la estufa de millones de amas de casa para calentar la leche, los frijoles o las tortillas; aunque también es el gas que otros tantos mexicanos desperdician al tener calentadores automáticos para un agua que se calienta sin que sea utilizada.

"Según un desplegado que apareció en la prensa —dice Paoli—**, en este momento se están quemando 2 mil millones de pies cúbicos de gas asociado al día, es decir, 5.2 millones de dólares diarios, 120 millones de pesos por día".**

Cuidarlo, responsabilidad de todos

El ingeniero Miramontes nos explica, brevemente, los destinos del oro negro. **"La mayor parte del petróleo que se explota actualmente está destinada a los energéticos como gasolina, gas, etc.; y en segundo lugar a la petroquímica, la manufactura de fertilizantes y los derivados del etileno, propileno y gases aromáticos que incluyen los polímeros y los plásticos".**

Por esto tal vez le resulte útil sumergirse en uno de los recuadros del presente reportaje y comprobar, a través de algunos nombres tan largos como extraños, que efectivamente todo, o casi todo, en la vida es petróleo, o alguna vez lo fue.

O lo que es casi lo mismo, que los caminos del petróleo y los vericuetos del consumo, confluyen a cada instante. Y si los mexicanos regulamos el consumo a niveles lógicos, también estaremos cuidando el petróleo.

Tal vez pueda prescindir de esa nueva peluca, en especial porque ya tiene otras dos. Y sus niños pueden salir al mar con las mismas playeras del año anterior. Y puede recomendar a sus amigas que una bolsa plástica del super significa menos petróleo para el país.

Si, por el contrario, el petróleo se utiliza con mentalidad de nuevo rico, sin medir el gasto, los 200 mil millones de barriles serán como una quincena de humilde trabajador, malamente gastada en inútiles celebraciones consumistas.

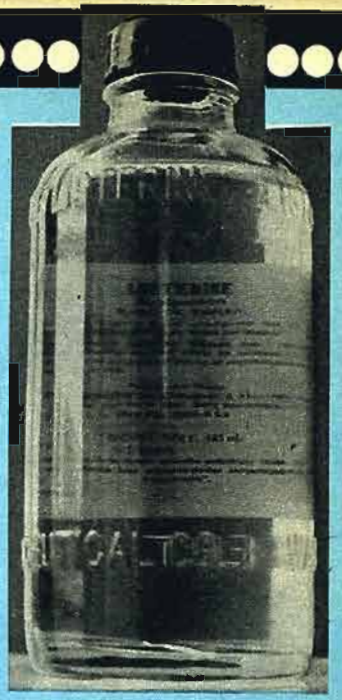
Sergio Jácome

EL SHOW DE LAS ETIQUETAS

Entre otras cosas, el Artículo 7o. de la Ley Federal de Protección al Consumidor dispone que "los datos que ostenten los productos y sus etiquetas, envases, empaques y la publicidad respectiva estarán en idioma español, en términos comprensibles y legibles". Y esto, naturalmente, no es un capricho, porque entre esos datos se cuentan algunos tan importantes como el contenido neto, los ingredientes o el modo de empleo del producto. En algunos casos, sin embargo, esta información se proporciona de tal modo que el consumidor supone estar atacado de miopía súbita, se esfuerza desesperadamente por entender la letra microscópica, busca datos que no existen, hasta que finalmente murmura, desalentado: "¿Qué dice aquí que no se entiende?" Las pruebas están a la vista... de quien tenga buena vista, por supuesto.

LISTERINE

Vaya uno a saber si fue por razones estéticas, económicas o de otro orden, lo cierto es que resultó muy desafortunada la idea de presentar de esta forma los componentes y el modo de empleo de este antiséptico bucal. Leer a través del líquido puede resultar un desafío si uno está de humor para ello, pero resulta muy molesto y difícil a la hora de usar el producto.



JAMONCILLO EL PARAISO

¿Es un pequeño trozo de jamón para "mini-tortas" ¿ No, es un dulce. Entonces ¿por qué inducir a confusión sobre las características del producto?

QUESO SUPERIOR

La fotografía fue tomada con la etiqueta extendida. Allí se observa que en su cara principal, en grandes caracteres, dice "**Queso Fresco**". Esto es lo primero que ve el consumidor. Sólo en una de las caras laterales, y en una letra muy pequeña, se advierte que es "**queso imitación fresco, rellenado con grasa vegetal**". Además, esta etiqueta no dice el contenido neto ni presenta fecha de caducidad o elaboración.

BULGARO DANONE

Salvo que junto con el producto se obsequiara una lupa, es sumamente dificultoso descifrar las palabras impresas en el borde de la tapita de este yogurt. Sin embargo, ese insólito lugar, cuyos reflejos metálicos dificultan aún más la lectura, fue el escogido para contener los datos sobre ingredientes y contenido neto.

El 11 de mayo también es "día de la madre"

Experiencia malsana para el bolsillo de los hijos, y proporcionalmente halagüeña para el de los comerciantes, el famoso "Día de la Madre" suele concitar agasajos, regalos tan fastuosos como se pueda y demostraciones más o menos efusivas de cariño. Al día siguiente, todo vuelve a la normalidad. Quizás este año, y pese al condicionamiento que crea la publicidad, sea posible poner más énfasis en el valor afectivo del regalo que en su apariencia o su costo. Y más aún: ojalá sea posible repartir tanta atención y tanto homenaje a lo largo de todos los días del año.

Para saber qué piensan las madres de sí mismas es probable que no haya nada más engañoso que el 10 de mayo. Lo mismo podría decirse sobre la idea que los hijos tienen de las madres y éstas de los hijos. Seguramente, los únicos que saben a ciencia cierta qué es lo que sucede el día de la madre son los comerciantes. Para ellos, la conmemoración es un "agosto" sólo equiparable a la Navidad.

En una encuesta efectuada por **Revista del Consumidor** entre personas de distintas edades, sexo y origen social, se llega a conclusiones bastante sorprendentes: los hijos advierten que el festejo es un truco eficacísimo de los comerciantes pero no por eso dejarán de caer en su trampa; todos —salvo uno— admitieron reconocer ese elemental secreto de la mercadotecnia pero manifestaron que de todas formas pagarán por un regalo muchas veces innecesario o por un ramo de flores que costará entonces el doble o el triple de su precio habitual.

Las respuestas, también, cayeron en ese lugar común denominado "mamitis", según explicó el seminarista Jesús Segura, que fue el único en declararse no consumista y sólo ofrecer unas **mañanitas** a la autora de sus días. **"La mamitis es nuestro lado débil y es por ahí donde atacan los comerciantes"**, afirmó.

El estudiante del Politécnico Nacional Fernando Machado dijo con bastante tino que le resultaba muy injusto dedicarle un solo día del año a las madres, **"y no los 364 restantes"**. Machado se quejó del bombardeo publicitario y la trampa en la que **"acabamos por caer"**.

La joven Patricia García piensa que **"el amor significa más para la madre que un simple aparato eléctrico"** y prometió resistirse a la "obligada" visita a la tienda en la víspera del 10 de mayo. La misma buena intención manifestó otro de los encuestados, Bernardino López, de 17 años.

¿Y las madres?

Las madres, en la encuesta, fueron igualmente ambiguas, en ese difícil equilibrio entre la sensatez y el condicionamiento hacia el consumo que fabrica el aluvión publicitario. **"Para mí es un día muy bonito, porque todos mis hijos se reúnen y me festejan"**, dijo la señora Bernarda Fernández, y aclaró: **"lo más importante para una madre es el cariño de los hijos, no los regalos; afortunadamente tengo todo lo necesario"**.

"La mamitis es nuestro lado débil"

Silvia Pinal: "Me gusta que me regalen"

La Actriz Silvia Pinal —madre de 4 hijos— es una figura tan popular como querida; por eso no necesita de grandes presentaciones. Lo que sigue son sus opiniones sobre el tan controvertido "Día de la madre".

— ¿El 10 de mayo es una fecha consumista?

— Sí, pero no es la única. ¡Caray!, si hasta el de los compadres ya es un día comercial. Lo triste es que nada más ese día se acuerden de una; ojalá se acordaran todos los días del año...

— ¿Qué pensaría de sus hijos si no le regalan nada este 10 de mayo?

— ¡Cómo no!, siempre me regalan. Y me gusta que me regalen, porque es señal de que se preocupan por una.

— ¿Y qué desea que le regalen esta vez: amor o aparato eléctrico?

— ¡Uf!, me chocan los aparatos eléctricos. Son puras cosas para trabajar... En especial me gustan que me demuestren que me quieren, con regalo o sin él. ¡Que me regalen algo para mí! (G.T.)

"El amor significa más que un aparato eléctrico"

"Yo regalo lo más que puedo, ¿y qué?"

Otras respuestas resaltaron también la importancia de las manifestaciones de afecto frente a los regalos, porque prácticamente todos los encuestados coincideron en desvalorizar los presentes materiales. No obstante, ésa debe ser una consideración poco eficaz a la hora de sustraerse a la tentación de comprar algo. Las ventajas del regalo consisten en su capacidad de síntesis, de economía de lenguaje: es mucho más difícil expresar amor a través de gestos o actitudes que hacerlo con un presente.

No obstante, entre regalos y regalos puede haber una diferencia notoria. El pequeño presente es, muchas veces, bastante más efectivo para denotar ternura y cariño, que el regalo materialmente ambicioso.

Desde esta perspectiva, las madres coincidieron en afirmar que, además de las manifestaciones de afecto, lo más conmovedor era **"el detalle"**, no **"el valor material del regalo"**.

La actitud es bien comprensible porque la madre no pierde en ningún momento su singular percepción de las cosas: **"del regalo sólo me importa el amor con que ha sido envuelto el paquete"**, decía la desaparecida cantante francesa Edith Piaf.

(Gerardo Tena)

NUESTRO PROXIMO NUMERO

Frente a las elecciones de julio, ¿incluyeron los partidos el tema del consumo en sus plataformas?

Estudio comparativo de licuadoras: para no perderse entre tantos botones

Mesa redonda: los niños se sueltan el pelo hablando de consumo

Yo contamino, tú contaminas, él contamina...: gran reportaje sobre un tema que preocupa a todos

Servicio para las vacaciones: todo lo que hay que saber acerca de rutas y caminos

revista del **consumidor**

JUNIO

FOTO-DENUNCIA

EL DRAMA DEL TRANSPORTE

Cuatro mil millones de horas-hombre al año se pierden en la Zona Metropolitana por concepto de transporte de la clase activa a sus lugares de trabajo y regreso a su hogar. Esto significa que, como promedio, cada mexicano que trabaja pierde tres horas diarias viajando.

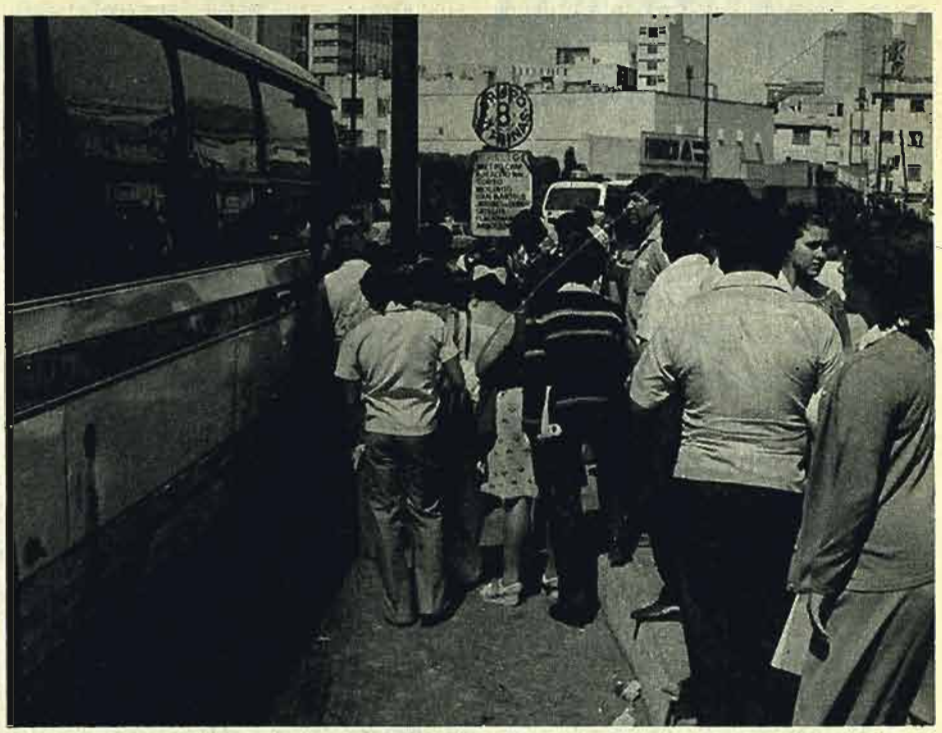
▶Si se considera a la totalidad de la población del Distrito Federal, cada habitante consume una hora diaria en transporte por razones sociales o laborales. En la ciudad de Nueva York, ese cálculo no supera los 22 minutos diarios.

▶Un obrero de cualquiera de las zonas periféricas de la ciudad gasta, en promedio, el ocho por ciento de su salario en transporte.

▶En promedio, cada habitante del D.F. debe hacer un trasbordo para trasladarse de un punto a otro de la ciudad. En casos extremos, se llega a hacer tres trasbordos consecutivos (frecuentemente combinando camión y metro) para llegar a destino.

▶De los ocho mil camiones disponibles para el transporte de pasajeros en el D.F., sólo cinco mil funcionan diariamente. El resto está paralizado por reparaciones o servicios.

▶En el D.F., durante las ocho "horas pico" de la jornada laboral, la utilización del espacio disponible de los camiones alcanza a seis personas por metro cuadrado.



▶Con el sistema de cobro porcentual por boleto vendido, los choferes de camión ganan jornales efectivos de 150 pesos diarios y pagan al sindicato 15 pesos por jornada. En cuanto al negocio camionero, éste deja beneficios del orden de los 15 millones de pesos diarios, contando los pasajes que se venden en el D.F. y la Zona Metropolitana.

▶Cada chofer trabaja un promedio de 12 horas diarias al volante de su camión. No cuenta con seguro contra accidentes ni está registrado en el Seguro Social.

▶Uno de cada dos choferes recurre a los sicofármacos para "mantenerse en forma".

En la Zona Metropolitana se registran nueve accidentes serios de camiones cada 30 días.

A NUESTROS LECTORES

Envíe su foto-denuncia a **Revista del Consumidor** (Av. Insurgentes Sur 1871 - 3er. piso). Las mejores serán premiadas con una suscripción de un año a nuestra revista.

NO TODO LO QUE RELUMBRA ES ORO Y PLATA

Aunque no se trata de productos básicos, es indiscutible que la costumbre de adquirir piezas de oro y plata está muy arraigada en el pueblo mexicano. Claro que, sumada a la tradición de los grandes orfebres, existe otra de lamentable cariz: el engaño que cometen ciertos comerciantes inescrupulosos en la venta de estos artículos. Afortunadamente, la Secretaría de Comercio no sólo está elaborando una nueva reglamentación al respecto, sino que ya ha puesto en marcha una campaña que en su primera fase prevé un registro nacional de los proveedores, donde cada uno figurará con un número y una marca. Asimismo, estos datos, junto con el kilataje o grado de calidad del metal, serán grabados en cada artículo. Mientras este programa marcha, y dado que no se trata de "chácharas" sino de joyas y objetos de valor, es un derecho y un deber del consumidor contribuir a evitar el engaño. Aquí le decimos cómo.

• Compre sólo a comerciantes completamente identificados o establecidos.

• **Insista en obtener del comerciante información suficientemente amplia acerca de la calidad, cualidades y características del producto.**

• En todos los casos, reclame la factura o nota correspondiente.

• **Preferentemente, compre sólo artículos que ostenten con claridad las marcas o garantía de calidad.**

• Existen en el mercado objetos fabricados con aleaciones que dan apariencia perfecta de oro o plata, aunque no contienen un ápice de estos metales. Antes de cerrar trato, aclare esto con el vendedor, y también si la pieza es hueca o rellena, maciza o chapeada.

• **No se deje confundir por ciertos términos tales como "coro", "oro festivo" o similares.**

• Tenga en cuenta que la "plata alemana" no contiene ni un miligramo de plata: es aleación de estaño, zinc, cobre y níquel. Lo mismo vale para la alpaca, un material fino y vistoso pero que tampoco contiene plata.

• **Cuidado con un nuevo material llamado pomposamente "start lite platinum", utilizado principalmente para realizar anillos de graduación. Es una mezcla de cobalto, iridio y tungsteno, y no contiene nada de platino. Pero además, debido a su extraordinaria dureza, en caso de emergencia un anillo de este material no puede ser cortado con sierra común: debe utilizarse sierra de diamante, que puede ocasionar quemaduras o lesiones graves.**

• Recuerde que para aclarar cualquier duda, la Secretaría de Comercio ha puesto al servicio de los consumidores los siguientes teléfonos: **578-7207 y 761-2222, extensiones 255, 256, 257 y 217 (en México, D.F.); 18-50-49 (en Guadalajara), y 214-74 (en Taxco).**

(Miguel A. Maldonado)

ACERCA DE LOS QUILATES

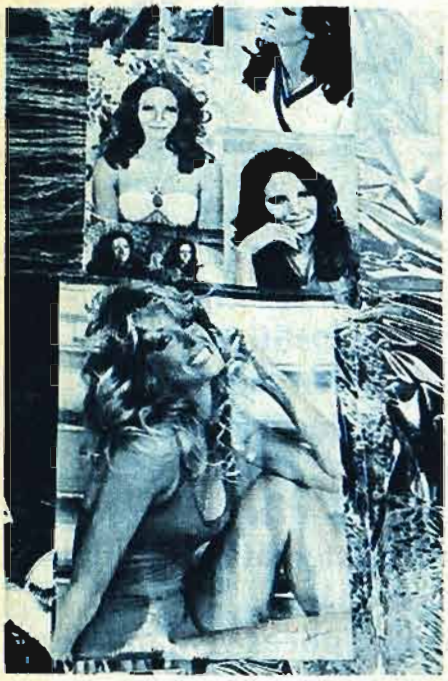
Es bueno saberlo: cuando usted espera que esa pieza que le gustó tanto sea de "plata 925", está exigiendo que se cumpla una norma de calidad vigente. De acuerdo con ella, **cada objeto debe contener, por gramo, un mínimo de 925 miligramos de plata pura** (el resto puede ser de cualquier aleación). En cuanto al oro, la norma de calidad respectiva ha sido modificada recientemente, y exige un mínimo de ocho quilates (antes era 10). Esto quiere decir que no se pueden vender objetos con oro de menor graduación: los de ocho quilates contienen, por cada gramo, 333 milésimas de oro puro y 667 milésimas de cualquier otro metal. En este campo, **corresponde al oro de 24 quilates el máximo grado de pureza.** Partiendo de esa base, la proporción de oro puro determina el quilataje. Por ejemplo, un objeto de 18 quilates tiene 75 por ciento de oro puro, mientras que uno de 12 quilates sólo el 50 por ciento. **(M.A.M.)**

OPINIONES

"Con esta campaña se trata de demostrar al proveedor que la autoridad oficial tiene confianza en él, y que se le considera apto para mantener las condiciones de legalidad y buena fe en los movimientos de intercambio comercial". (Ingeniero Iván Flores Villarreal, subdirector de Metrología de la Dirección General de Normas).

"Si al público se le orienta debidamente y se le instruye, él mismo puede llegar a convertirse en el mejor agente de control, ya que al no permitir que se le dé gato por liebre cerrará toda posibilidad de fraude".

(Ingeniero Hugo Bastán Rivero, presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Platería y Joyería).



Casos de consumo

EL "ARTE" EN VENTA DE GARAGE

(Anécdota de cómo se permuta el arte por baratijas)

En un tiempo, se afirmó orgullosamente que el cine era "el séptimo arte".

Supo decirse también —aunque con mayor cautela— que la televisión constituía "el octavo".

Y es cierto que ambos nos han dado nobles creaciones, desde las que podemos identificar con los nombres de Fellini, Visconti, Orson Welles o Buñuel (para quedarnos solamente en ellos), hasta seriales como "Yo Claudio" o "La vida de Will Shakespeare" (quizá lo mejor de la televisión 78).

Pero a cambio de esto, si recorremos o recordamos las carteleras o las programaciones, el panorama es desolador.

Y más aún: **altamente peligroso para los consumidores.**

Precisamente a esto queremos referirnos.

En los casos más detonantes del cine o la televisión, ya no se trata ni siquiera de diversión. De lo que se trata es de "fabricar" una película o una serie que luego permita vender millones de playeras, juguetes, zapatos, maquillajes, carteles, y en general cualquier clase de la más inverosímil mercancía.

Y éste es uno de los más graves y continuados "casos de consumo". Pues apenas desaparece de cartelera "Tiburón" cuando ya nos están anunciando su segunda parte; decae como "símbolo sexual" Angie Dickinson, la inefable "super policía" (y nos preguntamos: ¿una policía, por más "sexy" que sea, puede representar un **auténtico** símbolo sexual, o no es más que símbolo en una sociedad que necesita desesperadamente tapar su crisis interna?), cuando desde la pantalla del televisor ya nos lanzan —apresuradamente— a los "ángeles" con sus pimpantes rubias y morenas. De entre ellas, la principal: Farrah Fawcet que, consecuente con el negocio, una vez instituida su imagen abandona la serie para dedicarse a "lo serio": la promoción de maquillajes (aunque algún observador podría afirmar: más que maquillaje, merecerían ser dentífricos).

Así pues, una película o una serie ya no son tales, sino un mero y simple pretexto para dotar de un arsenal de "nuevas" mercancías a toda una cadena de negocios. Tanto, que en la mayoría de las ocasiones la verdadera ganancia está aquí y no en las recaudaciones de taquilla (ver nota sobre "Superman" en el número 25 de la **Revista del Consumidor**).

A "Tiburón" le suceden "King Kong" y "Tiburón II". A la "Guerra de las Galaxias", "Galáctica". A los hombres y mujeres "biónicos", los "angeles" o cualquier otro seudohéroe semierótico o "fantástico".

Porque además, ésta es otra diferencia con los viejos héroes. Ahora se los fabrica a medida de acrecentar el mercado: necesitan tener ropa especial, ornamentos especiales, armas y acompañantes especiales. En cambio, nos es difícil imaginar al viejo Tarzán sirviendo para promover la venta de taparrabos.

Y esta ola abarca todos los campos de la "diversión" que ya no es tal, sino un peligro para el bolsillo. No sólo cine y televisión, sino también caricaturas, historietas, entretenimientos presuntamente "para niños", principales destinatarios de esta agresión consumista. ¿No hemos visto acaso hasta la tierna, agresiva, sutil y siempre inteligente Mafalda descender hasta los almanaques y los llaveros?

Todo lo que decimos, no es más que uno de los síntomas de nuestra época. Porque en otros tiempos, o en cualquiera donde el "arte" no enmascare el negocio, sería difícil imaginar una situación semejante. ¿Podemos, por ejemplo, concebir a los actores de las primeras representaciones de "Romeo y Julieta" promoviendo maquillajes "a lo Julieta" o puñales "a lo Romeo"? Evidentemente, no.

Entonces, como decimos en nuestro título, todo esto no es más que un "arte" simulado que encubre una verdadera venta de garage, en la que podemos encontrar de todo, como batiburrillo de tonto.

(Luis Lorenzano)

150 DENUNCIAS DIARIAS EN LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

Fraccionamientos: ¿un frágil castillo de naipes?

El D.F. contaminado y superpoblado, las rentas en aumento, el déficit habitacional, el justificado anhelo de la casa propia, la publicidad tan tentadora como engañosa..., son muchas las causas que explican el auge de los fraccionamientos. Sin embargo, junto a esta realidad hay otra, que habla de esperanzas frustradas, de sacrificios inútiles, de fraudes sistemáticos. Muchos, entre quienes compraron su casa en un fraccionamiento, renunciaron a las pocas ventajas de la ciudad, porque cifraban en esta adquisición las ilusiones de mejorar su vida. A cambio, sólo obtuvieron una cruel parodia de lo que se les ofrecía en los anuncios, perdieron dinero... e incluso amistades que ya no los visitan porque "tu casa está muy lejos y no hay en qué llegar". Frente a la inescrupulosidad de ciertas fraccionadoras hay, de todos modos, algunos recaudos que el consumidor puede y debe tomar. De ellos se ocupa este reportaje.

El dato es tan sorprendente como revelador: existen fraccionadoras que han destacado dos o tres abogados de tiempo completo en la Procuraduría Federal del Consumidor para atender el cúmulo de demandas que, a diario, se presentan en su contra.

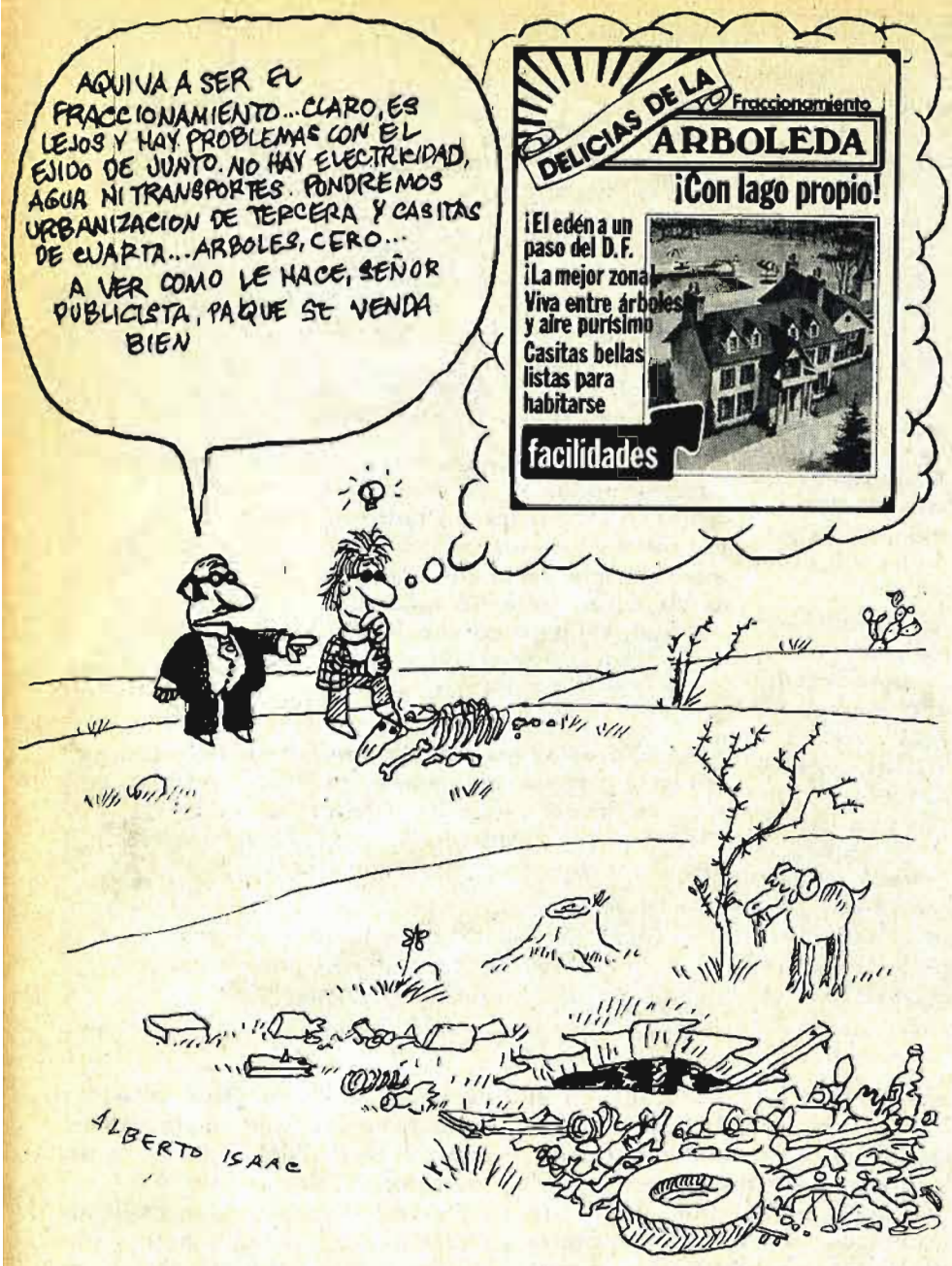
Uno de los demandantes, el doctor Alberto Castrejón Gavira, compró hace 10 años un terreno de 216 metros a **Fraccionadora de Terrenos Residenciales.** Pagó 130 mil pesos por el terreno, y otros 270 mil por la construcción de la casa. **"Tiempo después** —explica— **traté de obtener las escrituras, pero fue imposible ya que, por 'un error en el deslinde', el terreno quedó en zona federal, propiedad de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidraúlicos".** Tras la presentación de la demanda en la Procuraduría, la fraccionadora no tuvo otra escapatoria que devolver al doctor Castrejón la cantidad de 400 mil pesos.

Claro que no todos los casos se resuelven en poco tiempo. La abrumadora cantidad de demandas hace que, muchas veces, la resolución se demore. Es el caso de las quejas presentadas contra —conviene recordar estas firmas— **Fraccionadora y Urbanizadora Tulpa, Fraccionamientos Urbanos y Campestres, Lomas de la Herradura, Promotora Lomas de San Mateo y Promotora Habitacional San Juan de Aragón.** Todas las demandas se originaron en la misma cláusula contractual lesiva a los consumidores: las empresas pretenden cobrar un precio mayor al pactado, con el pretexto de la devaluación del peso (ver recuadro).

Respecto de los precios, precisamente, el espectro es muy amplio: el costo de las casas habitación construidas en serie, incluyendo el terreno y la construcción, varía de 200 mil a dos millones de pesos. Por supuesto, la opción más atractiva parece la de los "fraccionamientos de interés social", cuyas viviendas son financiadas al 12 por ciento de interés anual sobre saldos insolutos, y no al 21 por ciento como en los demás casos. Para tener derecho a ellas, se debe reunir ciertos requisitos, tales como ser jefe de familia, tener ingresos comprendidos entre un mínimo y un máximo según el precio de la casa, no poseer otros bienes inmuebles, etc.

De acuerdo con una investigación realizada por la Procuraduría en mayo de 1978, el 42 por ciento de los compradores de casa propia lo hacen para mejorar el nivel de vida, el 33 por ciento para tener un patrimonio familiar y el 25 por ciento restante simplemente porque les gustó el fraccionamiento y la vivienda.

¿Se cumplen estas expectativas? Según lo comprobado por **Revista del Consumidor,** hay un alto índice de desilusiones. **"No sólo tuvimos que habitar la casa antes de que estuviera terminada, porque la demora en la entrega ya era abusiva, sino que al poco tiempo de habitarla tuvimos que hacer una fosa séptica porque se descompuso el sistema de drenaje",** se queja la señora Ortega, vecina del fraccionamiento **Las**



Américas. "En mi caso —recuerda el ingeniero Messeguer, habitante de **Las Alamedas—, la demora fue tan escandalosa que la fraccionadora llegó a ofrecerme la devolución de lo que había pagado, pero para entonces las casas habían subido tanto que con eso no podía comprar nada. No tuve otra alternativa que esperar".**

Por su parte, el señor Mónico Dávila creyó en la promesa hecha por la fraccionadora **Jardines de Aragón:** en seis meses le entregarían su casa. Pero ya pasaron ocho, y el terreno sigue intacto. **"Me comprometí a deshabitar mi departamento, compré muebles que ahora debo guardar en una bodega, y ya estoy harto de reclamar en las oficinas de la empresa. He decidido cancelar la operación y recuperar lo que sea, para comprar en algún sitio donde las casas estén terminadas"**, reseña Dávila con justificada indignación.

Frente a tantas quejas, la opinión de la señora Alejandra Arias —que vive desde hace dos años en el fraccionamiento **Bulevares**— es gratificante: **"Salvo el intenso tránsito que tiene esta calle, que curiosamente se llama Colina del Silencio, y la deficiente recolección de la basura, no me puedo quejar. La casa me la entregaron a tiempo y la construcción no ha dado lata".** Pero se trata de una sola opinión favorable entre muchas que oscilan entre la lamentación y el coraje.

Las cifras, por otra parte, son suficientemente claras: según investigaciones realizadas por la Procuraduría Federal del Consumidor, una

UNA DENUNCIA

El anuncio apareció en el periódico "Excelsior" del domingo 25 de marzo de 1979, y entre otras cosas, dice: **"Viva la realidad sin preocupaciones en el fraccionamiento Lomas de las Aguilas. Construya su hogar y disfrute de la comodidad con su familia para siempre".**

¿"Para siempre"? Lo que no dice el anuncio (pero denuncia a nuestra revista el ingeniero Guillermo Espinosa García, catedrático de la UNAM), es que muchos compradores ya tuvieron graves problemas con ese fraccionamiento. Tal como consta en un artículo aparecido el 20 de enero de 1978 en el periódico "El Universal", 25 personas que habían comprado sus lotes en Las Aguilas se encontraron con que, al momento de construir, el Departamento del Distrito Federal les negaba el permiso correspondiente. Y no era por motivos de poca monta: **ese fraccionamiento se encuentra ubicado sobre socavones de antiguas minas de arena, por lo cual la edificación resulta altamente peligrosa.** En aquella ocasión la Procuraduría Federal del Consumidor logró que la empresa fraccionadora reintegrara el importe pagado por los compradores, más los intereses acumulados desde la fecha de la compra. El asunto dejó de ser comentado hasta ahora, en que aparece el mencionado anuncio, y que probablemente atraiga a nuevos compradores... y origine nuevas desilusiones.

"Y no sólo eso —señala el ingeniero Espinosa García—, **sino que ahora el DDF exige a los propietarios del terreno un estudio de subsuelo a 10 metros de profundidad para autorizar la construcción. Esto significa un gasto que oscila entre los ocho y los 40 mil pesos por perforación. Si se toma en cuenta que los técnicos recomiendan como mínimo cuatro sondeos para tener un panorama realista de las condiciones del subsuelo, el desembolso 'extra' se convierte en algo muy pesado para el comprador del lote. Y todo para que, al final de cuentas, advierta que allí no podrá construir, o se arriesgue a que su casa se venga abajo en cualquier momento".**

OJO CON LOS CONTRATOS

Un estudio de la Procuraduría Federal del Consumidor pone en claro la ilegalidad de varias cláusulas usadas en los contratos. Algunas de ellas son las siguientes:

• "... **el importe podrá ser modificado proporcionalmente a las variaciones entre el tipo de cambio del peso mexicano respecto del dólar norteamericano**". Si el inmueble está ubicado en México, el precio debe fijarse en pesos mexicanos sin importar su fluctuación respecto de ninguna otra moneda extranjera. Esta cláusula viola los Artículos 27, 52 y 63 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC).

• "Las partes renuncian a la rescisión de contrato por dolo o por enriquecimiento ilegítimo al convenir que los precios fijados son justos y verdaderos". El Artículo 63 de la LFPC prohíbe que el consumidor tenga que aceptar cláusulas que impliquen renunciar a sus derechos.

• **"Las partes convienen que el interés fijado podrá ser modificado proporcionalmente a las variaciones que sufran los tipos de interés en las instituciones de crédito"**. En primer lugar las empresas, por lo general, no son instituciones de crédito, y en segundo, los intereses ya han sido previamente fijados. De darse una elevación, se están variando las condiciones del contrato y el precio, lo que va en contra de los Artículos 27 y 52 de la LFPC.

• **"En caso de incumplimiento de 'el cliente' a cualquiera de las obligaciones pactadas en el presente contrato, 'la compañía' puede a su elección dar por vencido anticipadamente el plazo fijado para el pago de la totalidad del capital adeudado y exigir todo el saldo insoluto. También será motivo de rescisión si el cliente no pagara oportunamente los impuestos, derechos, contribuciones y cooperaciones"**. Esta cláusula se considera improcedente debido a que "la compañía" rescinde el contrato unilateralmente y sin necesidad de declaración judicial: La rescisión debe demandarse ante la autoridad judicial. Además, se considera que no deben tenerse como causas de rescisión puntos tales como el pago oportuno de impuestos, derechos, contribuciones y cooperaciones, ya que en todo caso la sanción deber ser emitida por las autoridades competentes.

• **"Ambas partes convienen en que si 'el cliente' no cumple con sus obligaciones, las prestaciones consistentes en cantidades que entrega a cuenta del precio por concepto de enganche o el importe de los diez primeros abonos mensuales, a elección de la compañía, queda definitivamente aplicado a 'la compañía' como título de pena convencional"**. Estas son estipulaciones desproporcionadas e injustas para el consumidor, según lo establecido en los Artículos 28 y 29 de la LFPC.

• **"La compañía reparará todos los defectos que resulten en la construcción durante los 90 días contados a partir de la fecha en que 'el cliente' haya recibido la casa"**. Se viola el Artículo 31 de la LFPC que establece un mínimo de 6 meses como garantía.

Aunque su contrato no tenga ninguna de estas cláusulas lesivas, antes de firmarlo acuda a la Procuraduría Federal del Consumidor; de esa manera podrá evitar posteriores sorpresas desagradables.

cuarta parte de las nuevas viviendas se cuartean en los primeros años, y 14 de cada cien tienen goteras. Otros problemas frecuentes: fallas en las instalaciones eléctricas y sanitarias, así como en la cerrajería y ventanería, exceso de humedad y baja calidad en la pintura. También es muy común la existencia de los denominados "vicios ocultos" y "defectos de construcción". Los primeros son aquellos que no se vuelven patentes de inmediato, pero son causados por la deficiente calidad del trabajo o los materiales usados; los segundos, por el contrario, consisten en aquellas fallas visibles de manera inmediata.

En ocasiones, incluso, se venden casas en fraccionamientos ilegales o carentes de todo tipo de servicios. **"Sin embargo** —señala el arquitecto Xavier Cortés Rocha, especialista en urbanismo y maestro en la UNAM—, **el comprador tiene a su disposición elementos para verificar estos puntos. Si el fraccionamiento es legal, la autorización está publicada en el Diario Oficial o en la Gaceta del Estado de que se trate. Por otra parte, le conviene ver físicamente la calidad de la lotificación, el tipo de alumbrado que tiene, si los cables son visibles o subterráneos y si existen instalaciones que permitan la conexión de teléfonos. Otras fallas, lamentablemente, son imprevisibles, como la calidad del pavimento o de los materiales de construcción.**

De todas formas, algo es indudable: el problema más grave y frecuente es la pavorosa demora en la entrega del inmueble. En 1978, de las

Arquitecto Cortés Rocha: hay muchos fraccionamientos ilegales

Wolfgang Behnke: el financiamiento, responsable de las demoras

Muchas casitas iguales y algunas ilusiones perdidas

RECOMENDACIONES

- Cerciórese en el Registro Público de la Propiedad que el fraccionamiento sea legal.
- Lea minuciosamente el contrato de compraventa; si es posible, antes de firmarlo, acuda a la P.F.C. para que lo orienten sobre las posibles irregularidades del mismo.
- Vea físicamente el terreno y casa que le ofrecen; pida que le entreguen una lista de especificaciones del material que se usará en la construcción.
- Recuerde que escriturar es una medida segura y evita problemas.
- Tome en cuenta que hay gastos que muchas veces se olvidan: de investigación de crédito, contratos de luz, gas, teléfono, sustitución de deudor, timbres del contrato, escrituración, etc. Antes de cerrar la operación haga una lista de estos gastos.
- Conozca lo mejor posible el fraccionamiento; cerciórese que tenga todos los servicios como luz, agua, vigilancia, teléfono, etc. y que cuente con transportes y buenas vías de acceso.
- No se "enamore" del primer fraccionamiento que vea. Conozca todos los que pueda y antes de elegir, compare la calidad de la construcción, servicios y forma de financiamiento.

Licenciado Arce Aguilar: "tratamos de que se cumpla el contrato"

3999 demandas presentadas en la Procuraduría contra inmobiliarias, el 80 por ciento se refirió a este incumplimiento. Y la explicación ofrecida por uno de los empresarios entrevistados no parece muy convincente. Según Wolfgang Behnke —gerente del departamento de hipotecas y escrituración de Austroplan—, **"el dueño de la obra es el cliente, y mientras éste no pueda asegurar el financiamiento para pagar la construcción, ésta no se puede iniciar. Muchas veces, el propio cliente proporciona información insuficiente para la obtención del préstamo hipotecario, y la aprobación del crédito se demora. Consecuentemente, también puede retardarse la entrega de la casa".**

Sea como fuere, el incumplimiento se produce. **"Y una vez presentada la demanda** —explica el licenciado Ricardo Arce Aguilar, subdirector general de quejas de la Procuraduría— **procedemos con audiencias de conciliación. Tratamos de que se respete el contrato, pero generalmente cuando la gente viene ya pasó mucho tiempo. Entonces la opción es que se fije una nueva fecha de entrega o que se rescinda la operación y se le paguen a la persona los daños y perjuicios que haya sufrido. Generalmente, la gente que tiene interés en su propiedad opta por esperar una nueva fecha de entrega".**

¿Es éste el panorama ideal presentado por los anuncios que hablan de bíblicos **"paraísos recobrados"**, de promesas maternales como **"queremos mimarlo, para ofrecerle una vida a cuerpo de rey"**, o de rimas tan profundas como **"hay mucho que comprar pero un hogar en primer lugar"**? Ciertamente, no. Por eso, antes de dejarse atrapar por "casas-muestra" que tienen muebles a una escala menor que el resto de la maqueta (lo cual hace aparecer más grande la vivienda), antes de deslumbrarse con fotos tomadas con lentes de gran angular (lo cual agranda los espacios), o antes de guiarse por croquis de localización que no reflejan la realidad de las distancias y muestran la "casa ideal" rodeada de atractivos que no existen en la realidad, **conviértase en un futuro comprador obsesivo.** Verifique, pregunte, inspeccione, consulte, y haga todo lo necesario para que su compra y sus ilusiones no se derrumben.

Información: Raúl Carbonell y Sergio Jácome

— Son las 6 de la tarde de cualquier día, ya los niños vieron las caricaturas, vieron al Tío Gamboín, vieron a Cepillín, les faltan todavía varias horas más de tele. ¿Cómo es a la luz de todo ese material la cabeza, la voluntad, la atención, el carácter de un niño televidente típico?

Contesta Raúl Cremoux, especialista — nada teórico — en temas tan masivos como la televisión

Hice experiencias no nada más con mis hijos, sino con los hijos del barrio, preguntándome exactamente lo mismo. Hay en una tarde de la semana una gran sesión dedicada a los animales; puede empezar con **Skippy el canguro;** irse más tarde con **Flipper el delfín;** poner luego a **Maya el elefante,** incluir a **Lassie,** y terminar con algún otro del que ahora no me acuerdo. Pero son sesiones de dos o tres horas seguidas de animales. Y los niños quedan hasta tal punto saturados, que difícilmente pueden aceptar una invitación para el zoológico o para hacer una reunión de marionetas, donde vaya a escenificarse un personaje animal. A la luz de todo ese material, yo creo que se le pierde al niño la capacidad de escándalo, o sea que el niño se asombre de que un animal no opere en la realidad como los de la T.V. Al ver que no responde así, sufre una especie de decepción, no tiene la capacidad de escandalizarse y de aceptar a un animal tal y como es con la conducta normal del animal. Les ocurren cosas como éstas; sin embargo, no sabría decirle hasta qué punto esta afectación es grave pero los niños están conformados en un mundo electrónico en donde los animales, las caricaturas y absolutamente todos los héroes responden a valores de los medios de difusión.

Yo no podría asegurarle más datos concretos, pero recuerdo una investigación que realicé hace una década en el Centro de Estudios Educativos, donde se notaba que los niños de mayor posición económica, concurrentes a escuelas privadas, tenían también otras distracciones aparte de la televisión. En la tarde podían salir a algún club, podían distraerse de otro modo, se hacían acompañar por su padres, etc., de tal suerte que no estaban tan embebidos por la T.V.

—Pero la cosa no es solamente con la programación infantil. Está absolutamente comprobado que casi todos los niños ven telenovelas, saben todo sobre Viviana, sobre la Zuljanita. ¿Es perjudicial eso?

Yo no haría una diferencia entre el público infantil y el público adulto, porque la estulticia es tan difundida que agarra parejo y no salva a ninguna mentalidad por pequeña o por grande que ésta sea. Quizá lo único que nos puede hacer invulnerables ante la estulticia es tener una mente bien desarrollada, una mente bien conformada, acostumbrada al trabajo crítico y al análisis. De tal suerte, ¿por qué los niños no van a ver Viviana? Sin embargo, la mediocridad de la telenovela no los va a conmover decisivamente. Yo soy un adulto criado en la lectura, en historietas, y mis hijos, en cambio, desde la cuna han visto T.V., la han padecido, la han gozado. Leí algunos libros que me han conmovido profundamente, los de Nikos Katzansakis por ejemplo. Lo que me ocurrió al leerlo no se asemeja a nada que me haya pasado mirando T.V. Recuerdo también haber visto en algún museo pequeño francés una obra perdida de Van Gogh, poco conocida, que me conmovió y que me hizo pensar terriblemente durante mucho tiempo: no recuerdo nada semejante con la T.V. Puede uno ver una película extraordinaria en T.V. y los cortes hacen que ya sea otra.

—¿Es cierto eso que se lee de tanto en tanto, acerca de que los niños imitan a los super héroes voladores y se arrojan de pisos elevados?

—De la misma manera que a nosotros los adultos nos bombardean con otro tipo de exigencias y cuando vamos a un almacén y lo encontramos ahí, eso refuerza nuestra conducta consumidora y con ella nuestros hábitos, no veo por qué el niño, mucho más desprovisto de elementos críticos, de conciencia y de reflexión, e igualmente bombardeado, no vaya a aceptar estos héroes como legítimos, como naturales. Además, yo preguntaría, si no imitan a estos héroes ¿a qué héroes van a imitar? A mí me parece hasta lógico el hecho de que los niños tengan necesariamente que admirar a los héroes que les propone la T.V.

—¿Antes se criticaba una suerte de invasión imperialista o tecnológica a través de las caricaturas realizadas en Estados Unidos. Ahora las

caricaturas llegan fundamentalmente de Japón.

¿Qué opina de ellas?

—Las caricaturas japonesas son terriblemente violentas, donde los animales sufren transformaciones monstruosas y por otra parte padecen el rompimiento de huesos, el desmembramiento de sus partes, son apachurrados, electrocutados, visiones que mucho me temo puedan insensibilizar más tarde a los niños ante el dolor o ante el hecho de que el ser humano debe comportarse de esa manera y ver con frialdad la mutilación. En el fondo, yo creo que la tecnología a la que usted hace alusión no tiene nacionalidad: podría ser norteamericana o sueca. En Estocolmo he visto caricaturas terribles también hechas por los suecos. Fíjese no más, los inventores del Premio Nóbel de la Paz.

—¿Cómo hace el padre para saber cuándo un programa de TV es bueno o es malo?.

—Yo creo que es imposible ejercer la paternidad en esta sociedad loca; ojalá y todo se circunscribiera a: "Hijo,ve este programa y no veas el otro".

—¿A usted, en lo particular, hay algún programa aparte de los que nombró, que le parezca especialmente dañino y que lo quiera mencionar?

— Yo no creo que haya un programa esencialmente dañino por su violencia o por su alto contenido desequilibrador; pienso que es sobre todo la mediocridad general que nos envuelve, pero no nada más en la T.V. A mí

me parecería sorprendentemente irreal el que la TV. mexicana difundiera los programas que difunde la T.V. holandesa. Un cambio profundo perjudicaría a la actual manera de producir y enfocar la televisión. Entrar al análisis crítico, a la reflexión, al pensamiento sereno, a la profundidad, alentar a ver las cosas con ojos profundos, haría que la T.V. no se viera. Si nos permitieran, por algún momento, que nuestra T.V. mexicana trasmitiese en París, un solo día, yo creo que derribaría de inmediato al ministro del interior o al ministro de información.

—¿Hay mediciones que determinen a partir de cuántas horas por día que el niño mira T.V. está ingresando a un umbral riesgoso?

— Dentro de la bonanza y la ociosidad que tienen las universidades yanquis, ellos acostumbran a hacer mucho esto. Dicen, por ejemplo, que un muchacho de 18 años cuando ingresa al servicio militar ya tiene metidas 20, 30 ó 40 mil horas de televisión en el cerebro. Yo sin embargo creo que lo cuantitativo no es tan importante. Habemos muchos que hemos visto mucha T.V., pero que por formación tenemos una gran capacidad para olvidarlo. Yo diría que he visto cientos,miles de horas de T.V., pero no recuerdo haber obtenido nada sustancial. Creo que mi vida no se ha alterado, ni para bien ni para mal, con alguna enseñanza de la T.V.

—¿Cuál sería la alternativa en el caso de los niños y la T.V.?

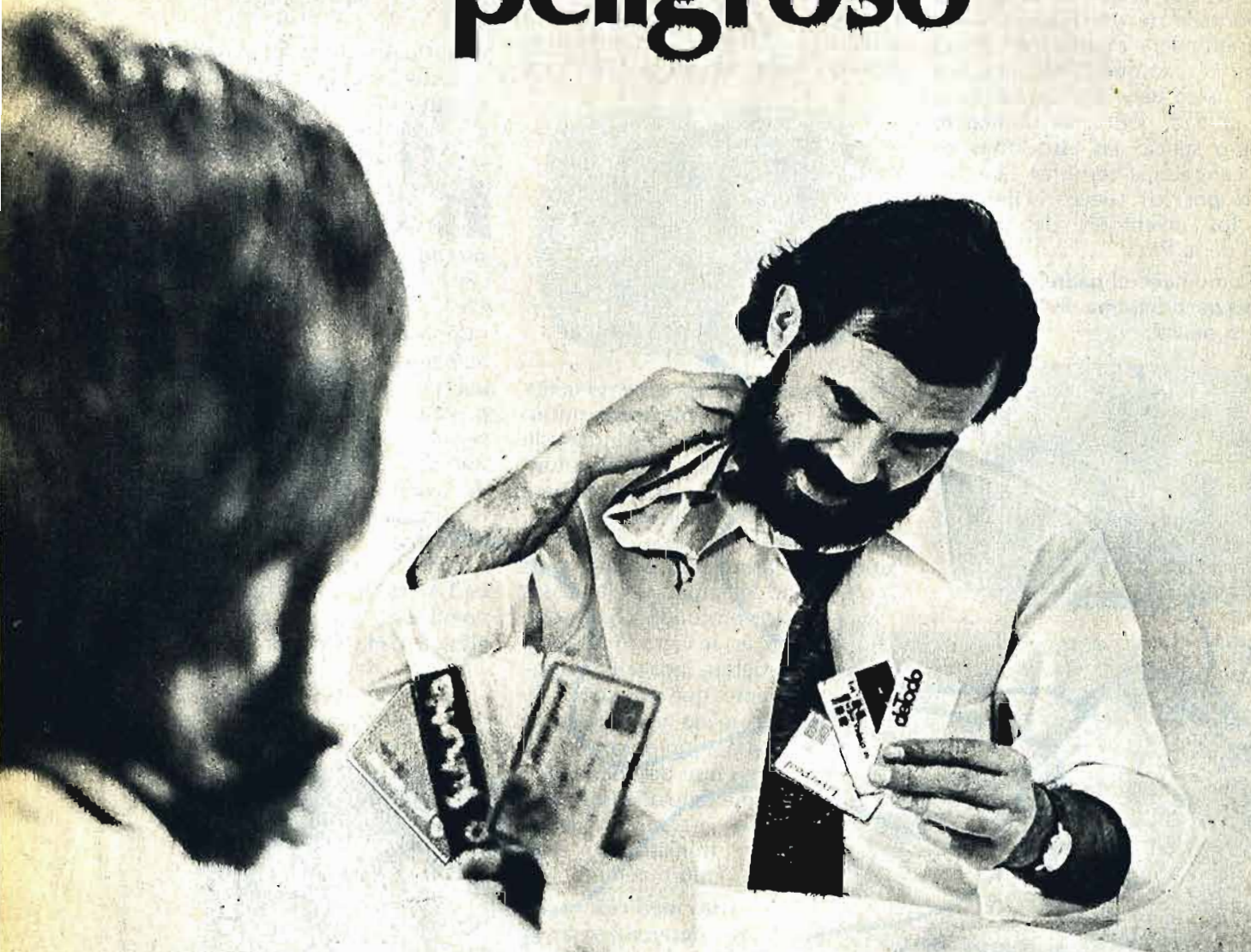
— Yo creo que desgraciadamente no la hay para un hogar modesto. Es difícil que no se adquiera un aparato de T.V. entre otras cosas con el propósito de entretener a los niños, de que estén ahí mientras que los adultos, los padres, los responsables, realizan una tarea productiva o improductiva o la que puedan hacer.

La T.V. es vista en buena medida como una especie de niñera, la clásica nana electrónica.

[C.U.]

TARJETAS DE CREDITO COMERCIALES

Un juego peligroso



Como "hijas" entrañables de la sociedad de consumo, las tarjetas de crédito no cesan de enviar sus cantos de sirena hacia miles de mexicanos. Las hay de diversos tipos, pero en esta ocasión nuestro estudio abarcó exclusivamente a aquellas otorgadas por las grandes tiendas. ¿El veredicto?: pueden servirle para comprar mejor... o para endeudarse más rápido. Todo depende de cómo las use.

Luego de eliminar las de tipo internacional (con respaldo especial) y las que son administradas por instituciones bancarias, técnicos del Instituto Nacional del Consumidor efectuaron un estudio comparativo de las tarjetas otorgadas y absorbidas por un mismo establecimiento comercial. **Se consideraron como las más representativas a las de Suburbia, Sears, Liverpool, Al puerto de Veracruz, París-Londres, High Life, Compañía Mexicana de Aviación y El Palacio de Hierro.**

En principio se tomaron en cuenta los requisitos, y los más sencillos resultaron estar en **Liverpool** (basta con tener cuenta en otro establecimiento) y los más exigentes en **Mexicana de Aviación** (donde a un ingreso mínimo de $ 10,000 mensuales se agrega la necesidad de poseer bienes inmuebles, o un aval que los tenga, y un año de antigüedad en el trabajo). **Suburbia** exige dos años de antigüedad, ingresos mínimos de $ 4,000 para solteros y $ 7,500 para casados; **París-Londres**, un año, $ 5,000 y bienes inmuebles; **Sears** $ 5,000 y cuenta en otro establecimiento; **Al Puerto de Veracruz**, bienes inmuebles o aval, al igual que **High Life y El Palacio de Hierro.**

Por lo demás, se observó que existen varias modalidades crediticias y que, con ellas, varían las condiciones. Esto es, desde créditos a corto plazo, hasta otros de mediano plazo, que llegan a devengar intereses que rozan el 34.5%.

Los intereses cobrados

Los investigadores llegaron a la conclusión de que, en todas las modalidades, el interés se calcula sobre el promedio diario de los saldos impagos y que, según se estipula en los contratos, éste varía entre el 1.5% y el 2.5% mensual, según sea el plazo.

En otro aspecto, se comprobó que solamente **la Compañía Mexicana de Aviación, París-Londres y Al Puerto de Veracruz no someten sus contratos a la autorización de la Procuraduría Federal del Consumidor.**

Los intereses más altos (2.5% mensual) son los que fija **Liverpool** en su cuenta de largo plazo (hasta 24 meses); y, excepto **París-Londres y Sears**, todos los demás efectúan bonificaciones por pagos anticipados de la mensualidad, aunque algunos establecimientos no los aplican en todas sus formas de crédito.

Finalmente, los investigadores concluyeron que las tarjetas de crédito comercial pueden ser una alternativa viable y conveniente para el consumidor. Aunque esto último depende en parte de él mismo: es decir, de la mesura, el sentido común y los criterios de planificación con que las use.

USTED DECIDE

VENTAJAS

- Facilitan las compras de bienes de consumo duradero y generalizado.
- Permiten pagar, sin cargar una cantidad elevada de dinero en la bolsa. Además, en el caso de extravío, la tarjeta se repone y no se cargan los gastos que pudiera realizar otra persona, siempre que se avise de inmediato el extravío. A lo sumo, habrá que pagar un "deducible", que varía según la tienda de que se trate.
- Facilitan el aprovechamiento de "baratas" y "oportunidades" cuando no se cuenta con dinero líquido.
- A condición de que se las maneje austera y adecuadamente, pueden permitir una planificación del gasto familiar.

DESVENTAJAS

- Son consumistas, en la medida en que alientan la adquisición de bienes que no se necesitan urgentemente.
- Dificultan la comparación de precios porque impulsan a comprar sólo en la tienda de la cual se tiene la tarjeta.
- Fomentan la compra irracional, porque otorgan la sensación de que se puede comprar cualquier cosa que agrade, y que sería inaccesible si sólo se contara con el dinero líquido de esa quincena o mes. Si el tarjetahabiente es impulsivo, arriesgará su crédito y por consiguiente su solvencia.
- Pueden generar mayores deudas, ya que si el poseedor de la tarjeta se olvida de calcular su pago dentro del presupuesto familiar, tendrá que endeudarse con terceros para poder pagarla.
- Por supuesto, no son accesibles a todas las personas. Existen ciertos requisitos para su otorgamiento (ingreso, posesión de bienes inmuebles y un aval confiable) que, en menor o mayor medida, limitan la posibilidad de poseerlas.

RECOMENDACIONES AL CONSUMIDOR

- **La tenencia de una tarjeta puede impulsarlo a comprar por comprar. Resista la tentación; analice la utilidad de lo que va a adquirir y compre lo estrictamente necesario.**
- Al presupuestar sus gastos, incluya siempre el pago de su tarjeta. Evite endeudarse con terceros para pagarla.
- **Compare precios. Si el artículo que usted desea comprar está más barato en una tienda distinta a la que le otorgó la tarjeta, le conviene esperar a la primera oportunidad en que pueda adquirirlo con dinero al contado. De este modo, se evitará los intereses que le cargan con la tarjeta.**
- Una manera provechosa de utilizar su tarjeta es emplearla sólo para fines específicos (o regalos, o ropa, o electrodomésticos, etc.). De este modo, le puede servir para ordenar sus gastos.
- **Recuerde que a menor límite de crédito y a menor plazo para pagar, corresponden menos intereses. Téngalo en cuenta al seleccionar su tarjeta.**
- En algunos casos, por concepto de pago anticipado le bonifican una cantidad. Aproveche y pague cuanto antes su deuda.
- **No abuse de su tarjeta, sobrepasando el límite de crédito. Esto le acarreará un aumento de los intereses, y puede hacerle perder su crédito y la solvencia.**
- Siempre revise sus estados de cuenta y analícelos: que la cantidad que le cargaron sea la correcta, que los intereses sobre su saldo sean los adecuados, que en el caso de bonificación por pronto pago ésta le sea registrada, etc.

¿CUAL LE CONVIENE?

CORTO PLAZO. (Sin intereses)

Mejor opción:	Al Puerto de Veracruz, ofrece hasta 4 meses.
Segunda:	Liverpool y High Life, hasta 3 meses
Tercera:	Suburbia y París-Londres, hasta 30 días.

MEDIANO PLAZO:

- **Hasta 6 meses:**

Mejor opción:	Palacio de Hierro, 1.5% mensual.
Segunda:	Suburbia, Liverpool, París-Londres, P. de Veracruz, Sears, High Life, 2% mensual.

- **Hasta 10 meses:**

Mejor opción:	Suburbia, Liverpool, Palacio, París-Londres, P. de Veracruz, Sears, 2% mensual.

LARGO PLAZO:

Mejor opción:	Sears, 2% mensual hasta 30 meses.
Segunda:	Palacio de Hierro, 2% mensual hasta 24 meses.
Tercera:	P. Veracruz, 2% mensual hasta 18 meses.
Cuarta:	Liverpool, 2.5% mensual.

(Subdirección Técnica-Departamento de Estudios Económicos)

SE AGRUPAN LOS CONSUMIDORES

Contra la carestía, unión

Frente al alto precio de los productos básicos, muchos consumidores hacen más que quejarse: actúan. Es el caso de los vecinos de la colonia Nonoalco Mixcoac, en el Distrito Federal.

Alguien ha definido el instinto de conservación como aquel impulso automático que lleva a un ser vivo a defenderse ante el peligro. Y es quizás ese instinto de conservación el que impulsó a los vecinos de la colonia Nonoalco Mixcoac —al sur de la ciudad— a defenderse de la amenazante carestía. Su arma: el **Comité de Protección al Consumidor.**

La señora Soledad Castillo de Favila, presidenta de la colonia ante la Delegación Benito Juárez y principal organizadora de esa labor, recuerda el origen del Comité: **"Hace más o menos un año, en una junta que tuvimos con las autoridades, propuse la idea de que los presidentes de colonia nos mantuviéramos en contacto con un inspector de la Secretaría de Comercio para desterrar las nefastas 'mordidas'. Al profesor Hank González le pareció buena la idea, sólo que se canalizó a la Procuraduría Federal del Consumidor, la que nos apoyó para formar nuestro Comité".**

La función del Comité es doble: por un lado, canaliza a la Procuraduría las quejas de los vecinos, pero también organiza campañas por medio de las cuales se orienta a los consumidores para que utilicen mejor su gasto.

No a la carne

"Por ejemplo —señala la señora Favila—, **desde hace más de un mes hemos estado promoviendo un boicot a la carne. Para eso, hicimos volantes, los repartimos entre los vecinos y obtuvimos una respuesta muy grande. La carnicería de la esquina, sin ir más lejos, ha estado cerrada hasta una semana completa porque allí no se para nadie".**

El éxito de la iniciativa ha originado otras: confeccionar cartelones con recetas económicas y **"acudir al Departamento de Pesca para que nos proporcionen los precios oficiales del pescado; sólo así la gente puede evitar que le roben".**

Otro proyecto que figura entre los muchos del Comité es un plan para conseguir azúcar más barata. **"En ningún lado conseguimos azúcar de segunda** —se queja la señora Favila—; **esto es obra de los acaparadores que lo hacen con toda intención para ganar más dinero. Contra todo esto tenemos que luchar, para que el mexicano deje de ser apático y se vuelva más consciente".** Y añade: **"Por eso yo creo que el boicot a la carne ha sido efectivo pero aún insuficiente: mucha gente y muchas agrupaciones estamos haciendo lo mismo, pero cada quien por su lado. Si nos uniéramos, esta labor sería mucho más fuerte".**

Una última pregunta se impone: ¿cómo reaccionan los comerciantes? Y la respuesta es significativa: **"En general, no hemos tenido problemas, porque ellos también son consumidores".**

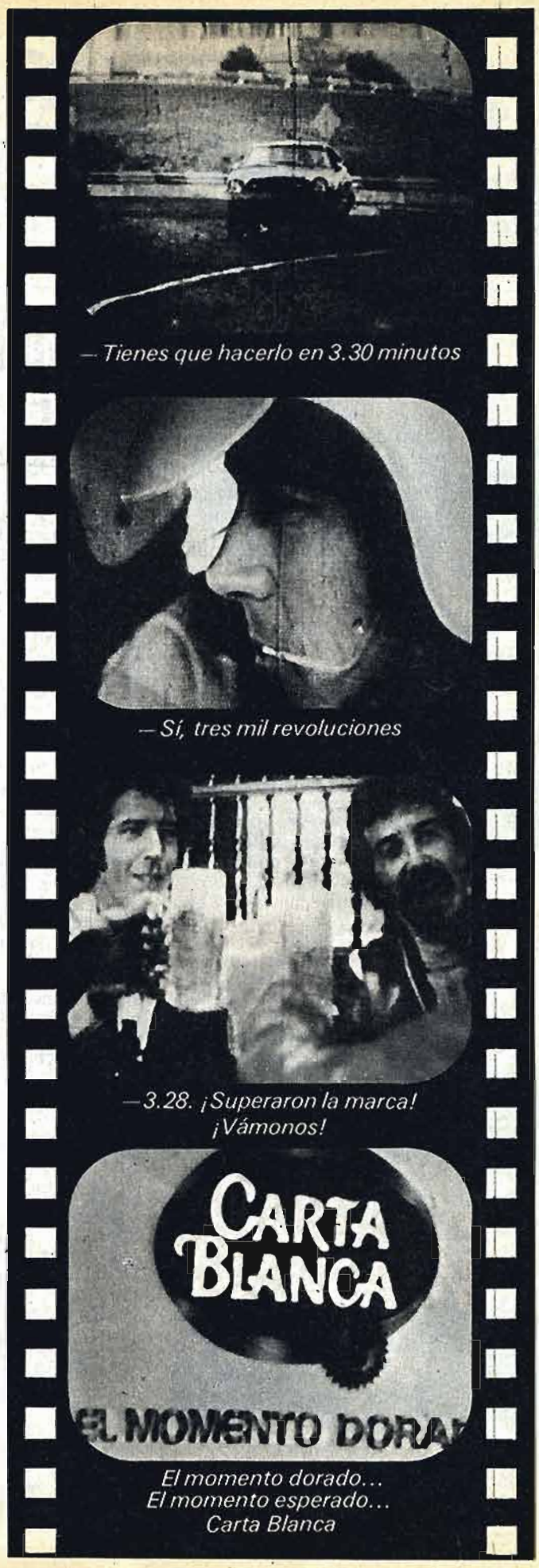
LAS BRIGADAS MOVILES

El domingo 1º de abril no fue como todos en el zoológico del Bosque de Aragón. Ese día, y en ese lugar, un equipo del INCO instaló una caseta y un equipo de sonido, pasó películas, exhibió periódicos murales y repartió 1.600 ejemplares de la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como más de 500 ejemplares de nuestra revista. Y es que, ese día y en ese lugar, se puso en marcha un ambicioso plan promovido por el INCO: las **Brigadas Móviles de Orientación al Consumidor.** Se calcula que unas 10.000 personas se acercaron a ver las proyecciones, a consultar sobre sus derechos o a dilucidar algún problema de consumo con los promotores del Instituto. Esta respuesta del público nos provoca un legítimo orgullo. Pero además, nos obliga a que estas **Brigadas**, que aún están en etapa experimental, se consoliden cada día más y extiendan su acción orientadora a cada punto de la ciudad. De aquí en adelante, todos los fines de semana se instalarán en algunos de los grandes sitios de concentración de gente: acuda a su encuentro.

¿Lo lograron? Muy bien. ¿Y alcoholizarse también?

Claramente, este anuncio nos está invitando a beber luego del trabajo; el dorado momento del alcohol cervecero pareciera ser la única culminación de una tarea exitosa.

Ya de por sí esto es excesivo, y más si tenemos en cuenta que motivos para un "buen trago" hay de sobra. Pero además, en esta serie de comerciales de **Carta Blanca** se festejan con gran jolgorio aparentes "grandes triunfos". ¿Y es realmente así? ¿No podemos pensar que las labores que debemos celebrar son mucho más sustanciales que un récord de velocidad o un afortunado salto en paracaídas? Como vemos, aquí y siempre, el alcohol sólo sirve para festejar una triviálidad.



CON SUMO CUIDADO

atta. misiva

Estimado joven recién graduado en la Escuela de Publicidad.
Me escribes preguntando como una persona particular que soy, que entiende la sociedad de consumo a costa de la cual vas a vivir a partir de ahora, por "mundo de superlujo" "superfluo". ¡Cuán en lo cierto estás al suponer que sabe más el crítico por soportador de anuncios que el técnico en las argucias científiquísimas de domino de la voluntad de compra de millones de mexicanos a base de "spots" de "jingles" de anuncios en el cine, en las azoteas, en las paredes, etc. Para que te ilusiones y llegues a director de una agencia de publicidad, aquí te mando unos consejos, los cuales espero que te sean fáciles de comprender. Adiós.
El "mundo del superlujo" es lo que nunca alcanzará el hombre al que van dirigidos los anuncios. Pero los dos o tres sueldos que gana en cuatro o dos chambas tratará siempre de emplearlos en eso, acercarse al "mundo del superlujo" que disfrutan esos que plagan las páginas de sociales.

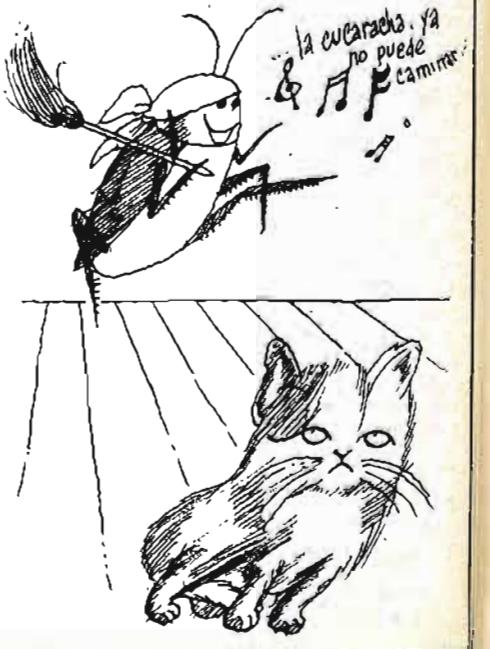
Por eso, cuando le quieras vender un producto, tienes que dárselo con la silueta de velocidad modernismo y confortabilísimos yates... ... o en ambientes en que actúen modernísimos grupos travoltianos.

Para ello habrás cuidado que el departamento de "investigación de mercado" se haya ocupado de la racional y planificada distribución comercial ...

... a fin de que tus mensajes sean recibidos por un público de gran capacidad adquisitiva y grandes deseos incontenidos de lograr más altos niveles de desarrollo y bienestar. De nada.

la cucarachita contra cuento

Existió una vez una cucarachita que barría y barría su casita. Y barriendo, barriendo encontró en el suelo algo que brillaba.
—¡Oh una moneda! ¡Vaya suerte! ¡ich, ich, ich! ¡Ya al diablo la escoba! Utilizaré este dinero en algo creativo.
Pero de pronto una voz de tenor la sacó de onda.
—Cucarachita, cucarachita, ¡qué preciosa estás! ¿Quieres casarte conmigo?
La cúcara miro a Dn. Asno con aire de desconfianza.
—¿Cuál es tu enfoque del matrimonio?
—Pues, ¡Cuál va a ser!... Yo me dedicaría a trabajar y tu a las labores propias de tu sexo: lavar, coser, planchar, cocinar, barrer...
—¡Calla! ¿Pretendes que me aliene en las retrógradas y serviles labores domésticas, ahora que estoy a punto de realizarme como cucaracha? lo que tú necesitas mi querido burro es ¡una mula!
—El asno se dió la media vuelta y se retiró, la cucaracha se puso a cantar, cuando de pronto una voz quebrada la interrumpió su canto.
—¡Cucarachita! ¿te quieres casar conmigo?
—Pero gallito ... ¿Qué planteamiento darías a nuestra sociedad conyugal?
—¡Uy! te compraría muchos vestidos, zapatos, y lazos de colores y todos me envidiarían por mi elegante y guapísima esposa, tan femenina.
—¡Claro que soy femenina! —dijo la cucarachita—. Pero no con esa femineidad blanda y servil que es la única que valoran los hombres, digo los gallos como tú. Mi femineidad consiste en ser consciente de mi condición de mujer, digo, de cucaracha y es esforzarme en desarrollar mis aptitudes. Para ello ante todo debo ser independiente, ante todo: debo ser individuo antes que hembra... y nada lograrás además con ese afán consumista.
El gallo aquél se fué espantado batiendo las alas.
La ratita sonrió y siguió su canto alegre.
Pero después se fué acercando enseguida la imponente, majestuosa y gracil figura de un gato blanco.
—Cucarachita ¿por qué eres tan bonita? —dijo el gato seguro de sí mismo.
—¡Oh! señor gatito —sonrío ruborizada.
—He visto como rechazaste a ese par de tontos —continuó el felino; siempre he admirado a las mujeres inteligentes, con personalidad... ¿Te casarías conmigo?
—Dime —pregunto emocionada—. ¿Cómo sería nuestra vida en común?
—Yo trabajaría para tí y tú cuidarías nuestro nido, pero sin necesidad de esforzarte, que para eso están los artículos eléctricos del hogar... Yo te enseñaría lo que toda mujer moderna debe saber: te compraría todas las revistas femeninas.
—¡No digas más hipócrita! —dijo la cucarachita llena de furia— Tu eres esos que ofrecen la seudo igualdad tutelada y paternalista. No hay peor alienación de la mujer que cae en el engaño de una falsa emancipación... es peor que las falsas bondades que ofrecen los productos comerciales. Acabarías "comiéndome" antes de que termine la luna de miel...
Y mientras el gato se alejaba con el rabo entre las piernas y dando lastimeros maullidos, la cucarachita, un poco triste, pero más segura de sí, cantaba y cantaba.



premotori-ciones

Estamos casi seguros que el coche del futuro no necesitará gasolina ni otro carburante para mover su potente motor.
Tampoco tendrá ruedas.
Los Ingenieros y diseñadores prescindirán de la palanca de cambios y, por lo tanto el coche no tendrá distintas velocidades, pues con una fija y más flexible valdrá igual para la ciudad como para las carreteras, así como para campo, playa y montaña con mucha mayor velocidad que ahora.
Tampoco tendrá puertas y, por lo tanto, tampoco tendrá ruidos.
El engrase será innecesario, porque estará fabricado con unos materiales que serán insensibles al roce y jamás demostrarán desgaste.
Las carrocerías se fabricarán de una materia insensible a los choques y a las rozaduras, de moto tal que al chocar cederá para volver a su forma original.
Sus faros penetrarán en las más tupidas nieblas y por la noche iluminarán tres o cuatro kilómetros de camino, permitiendo disfrutar del paisaje y todo ello sin deslumbrar.
El coche del futuro tendrá closets, alberca y salón de baile.
El problema del estacionamiento estará resuelto porque podrán ponerse uno encima de otro sin deterioro para los que están debajo.
Bujías, carburador, condensador, platinos, etc. serán palabras desconocidas y sólo los estudiosos sabrán que en la antigüedad fueron inventados para darle nombre a unas piezas de los coches primitivos.
Los coches del futuro serán muy baratos y casi todos serán plegables y podrán llevarse a todas partes cogidos del asa como si se tratara de un portafolios.
¿Que cómo se conseguirá todo esto? Pues... vivan doscientos o trescientos años y lo verán.
A los escépticos nada más les recomiendo que recuerden a Julio Verne.

considerados

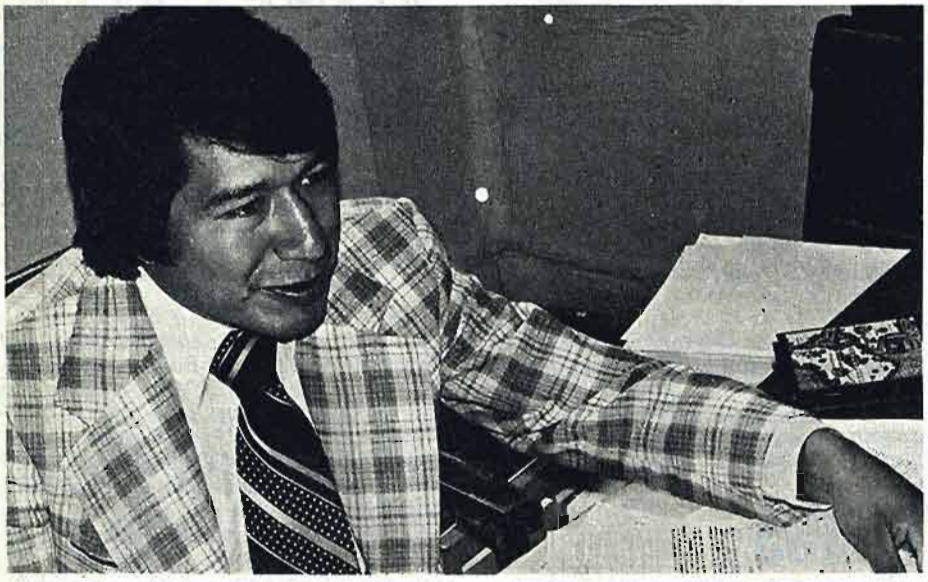
Un tipo de gesto adusto se acercó a mí y me interrogó respetuoso:
—¿Podría decirme la hora que es?
Estiré con gesto elegante mi brazo izquierdo para dejar al descubierto mi elegante reloj, recién adquirido, lujoso. Después de mirar la carátula de mi reloj anuncié con voz firme:
—Son las dos con treinta y cinco minutos y doce segundos.
El individuo se me quedó mirando con una penetrante mirada y luego increpó:
—¿Está Ud. muy seguro de que esa es la hora exacta?
—Segurísimo; —y me limité a contemplar a mi interlocutor.
—Y, ¿por qué, quiere Ud. decirme?
—¡Pues por que lo he visto en mi magnífico reloj! —la impaciencia comenzó a invadirme.
—¡Ajá! —levantó las cejas el fulano— ¿De modo que esa rondana que lleva en la muñeca es un reloj?
—Cronómetro, calendario, antigolpes, con barómetro, taquímetro y de oro purísimo de 18 quilates.
—Bien, será una joya, pero de reloj, nada. Para que me merezca confianza, un reloj debe tener la esfera de diez centímetros de diámetro, por lo menos, y, aún así, puede haber errores de apreciación debido al paralaje.
—Llorando —murmuré, que mi reloj no varía un segundo al año.
—A ver, déme esa porquería —me arrancó de la muñeca el reloj al tipo de gesto adusto—. Esta cosa no sirve más que para inducir al error a las gentes honestas que le preguntan la hora. Cómprese un reloj como corresponde a su condición, de gran esfera y cuyo tic-tac se oiga a veinte metros.
Se echó mi reloj en el bolsillo y se alejó con toda dignidad. Yo me quedé secándome el llanto, dudando si debía darle las gracias por el favor que me acababa de hacer.

peor, no hay

A aquél escritor truculento le faltaban sólo cuarenta cuartillas para terminar su truculenta novela, cuando de pronto notó que se le habían agotado todas las truculencias posibles.
—Estoy desesperado —le dijo a su esposa—. Ya no se me ocurren más truculencias y aún me quedan cuarenta cuartillas para completar el libro.
—Pues piensa bien, se te tienen que ocurrir, no vayan a pensar que estás agotado, que no te alimento bien.
—Llevo cuatro días piense y piense y nada.
—Será porque no pones la debida atención si te dedicases a otro género... Si algo sobre en esta vida son truculencias. ¿Has escrito ya el caso del niño que se ahogó mientras su mamá veía las telenovelas?
—Sólo en el primer capítulo ahogué a dos, en el cuarto ahogue a cuatro. Como comprenderás, he agotado el recurso.
—¿Y en esta novela has metido a algún cadáver en el clóset?
—No es posible, que se te hayan ocurrido todas las truculencias. Alguna por ahí has de haber olvidado. ¿Ya pusiste el episodio de la novia que se le quema todo el traje con una vela y la concurrencia no hace nada por ella?
—En el séptimo capítulo no se quemo a la novia sino hasta la iglesia. Ya he mencionado veintiocho temblores de cuarenta y dos grados con muchas víctimas, setenta y dos lesionados en los ejes viales.
—Te apuesto a que no has mencionado la historia de la viuda que tiene que mantener once hijos pequeños y que ella sólo gana el salario mínimo.
—No. Eso no se me había ocurrido.
—Pues apúrate a trabajar, porque ya casi no me queda dinero y aún estamos comenzando el mes.

A la caza de la casa

Ilusionado, alguien compra una vivienda en algún fraccionamiento. Pero poco a poco su sentimiento se va convirtiendo en desilusión al ver que la casa no existe. Este es uno de los casos que llegó hasta la PFC, donde encontró adecuada solución.



Gregorio del Carmen Ramírez: pasó más de un año y ni siquiera había cimientos

Son muchas las demandas que diariamente se reciben en la Procuraduría Federal del Consumidor, la mayor parte contra inmobiliarias.

Una de esas demandas recientemente llegó a un arreglo. Se trata del señor Gregorio del Carmen Ramírez, quien hace algunos años compró, o mejor dicho, intentó comprar una casa.

"**Todo empezó** —nos cuenta— **cuando un amigo me llevó a donde sería construido el Conjunto Habitacional Iztapalapa. Al principio, como en casi todos los fraccionamientos que empiezan, no había más que llano y unas cuantas calles solitarias, pero me aseguraron que en poco tiempo se desarrollaría**".

"'**El plan era muy tentador** —continúa—: **la casa costaba 185 mil pesos, era de interés social y el enganche, que ascendía a 37 mil pesos, podía pagarlo diferido en 6 meses, tiempo que tardarían en construir la casa**".

El señor Ramírez, con estudios en administración pública y un trabajo en la Dirección General de Agricultura, agrega que terminó de pagar el enganche y su terreno seguía tal como lo vio la primera vez.

"**Pasaron 1 año y 2 meses y ni siquiera había cimientos, por eso me vi obligado a recurrir a la Procuraduría Federal del Consumidor**".

El arreglo en la Procuraduría

"**Entonces llevé los documentos que me acreditaban como propietario del terreno, me identifiqué y presenté la demanda**".

Desde entonces pasaron muchas cosas. El arquitecto Hugo Gaytán, representante de Promotora de Construcción y Ventas Cebra S.A., no se presentó a ninguna de las 2 primeras audiencias, por lo cual fue multado.

"**Por fin** —prosigue el señor Ramírez—, **cuando se presentó el arquitecto, el licenciado de la Procuraduría le dijo que si llegábamos a un acuerdo no procedería la multa. Fue así que el arquitecto Gaytán accedió a firmarme unas letras por la cantidad que yo había entregado como enganche**".

El señor Ramírez, esposo y padre de familia, no mayor de 35 años, comentó que decidió acudir a la P F C "**porque había oído hablar de ella y unos compañeros me dijeron que allí podrían arreglar mi problema. Nunca antes había ido, pero yo tenía confianza en que me ayudarían y, efectivamente, antes de 4 meses se solucionó todo**".

El conjunto habitacional, deshabitado

Respecto a la situación que actualmente guarda el fraccionamiento en cuestión, el señor Gregorio del Carmen manifestó que sigue igual: "**no han construido nada**".

Dijo que lo único que hicieron fue meter tubería para el agua, pero de construcciones no hay nada. "**Mínimo debe haber unas 130 familias defraudadas. Me he encontrado con personas que, igual que yo, compraron en ese lugar y no ven claro; les sugerí que fueran a la Procuraduría Federal del Consumidor. Algunos prefieren hacer la demanda por la vía ejecutivo mercantil, pero es más tardado**".

Para finalizar, el señor Gregorio del Carmen Ramírez, quien actualmente paga renta en un departamento de la colonia Vallejo, nos platicó que sigue con intenciones de comprar casa; "**pero ahora sí ya tengo la experiencia para saber a quién recurrir y que me indiquen si la operación que quiero hacer me conviene o no**". (S. J.)

De visita en México, responde su Secretario General

¿Qué es la Comisión Electrotécnica Internacional?

Frecuentemente, los consumidores tropiezan con un molesto problema: no consiguen en el mercado la refacción que necesitan para algún aparato eléctrico. En otras ocasiones, a pesar de haberla conseguido, se encuentran con que no se adecúa exactamente al aparato. Y es que, desafortunadamente, casi nunca todos los componentes de un artefacto eléctrico están fabricados en un mismo país; por otra parte, los diseños caprichosos de los productores originan incluso problemas de seguridad para el usuario. De éstas y otras cuestiones se ocupa precisamente la Comisión Electrotécnica Internacional (CEI), un organismo normativo con sede en Suiza, que recomienda los lineamientos de funcionamiento, seguridad y comprobación a que deben ajustarse todos los aparatos eléctricos. Al cierre de esta edición, y de paso por México, C.J. Stanford —Secretario General de la CEI— dialogó con REVISTA DEL CONSUMIDOR:

—¿Cuántos países integran actualmente la CEI?

Son sólo 42, pero representan el 85 por ciento de la población mundial y el 95 por ciento de la energía eléctrica generada en el planeta. Nuestras publicaciones se editan en inglés, francés y español.

—¿Y cómo funciona?

—En cada país existe un comité nacional compuesto por fabricantes, consumidores, dependencias normativas y asociaciones varias, como las de ingenieros. Por su parte, el Consejo de la CEI está compuesto por 12 representantes de comités nacionales, además de los comités internos responsables de la seguridad, evaluación de programas, etc. Claro que no todos los países miembros forman parte de los comités de estudio, ya que se necesita tener un alto grado tecnológico para estar al tanto de todas las innovaciones que existen.

—¿Qué tipo de presión ejercen las normas de la CEI en los países miembros?

—Cuando los países se sujetan voluntariamente a nuestras reglas, podríamos decir que la presión que existe es sólo de índole moral. Por otra parte, no podemos olvidar que una norma, invariablemente, está mezclada con la tecnología y la economía del país en cuestión.

[Ing. Luis Juárez Suárez]

Recorte este cupón

revista del **CONSUMIDOR**

100 pesos
(los 12 números)
Y le puede ahorrar... miles

Envíe la cantidad de $ 100.00 M.N. (Cien pesos 00/100) en cheque o giro postal a favor del Instituto Nacional del Consumidor por concepto de suscripción anual (doce números) a Insurgentes Sur No. 1871-4o. piso, Departamento de Difusión, México 20, D.F.

Nombre _____

Dirección _____

_____ Tel: _____

Ciudad _____ Z.P. _____

¡SUSCRIBASE HOY MISMO!

AÑO INTERNACIONAL DEL NIÑO

La publicidad, los reglamentos y el niño

A pesar del alto porcentaje de consumismo que existe en los países desarrollados, está vigente una ley que reglamenta y restringe los mensajes publicitarios dirigidos a los niños. Entre otros de los conceptos preparados por la "Autoridad Independiente de Radiodifusión Inglesa" (AIRI), se destacan:

"No se estimulará o exhortará a los niños a comprar productos que no puedan pagar ellos mismos, ni son permitidos los anuncios que hacen creer que al no poseer algún juguete especial, serán inferiores a sus compañeros".

Asimismo, tanto en Inglaterra y Canadá como en México, existe un importante apartado dentro de los reglamentos de radio y televisión que prohíbe anunciar productos de consumo para adultos en horarios de programas dedicados a los niños, principalmente el tabaco y el alcohol.

Estos reglamentos no sólo pretenden combatir el consumismo, sino también cuidar la salud de los infantes. **"Los anuncios no deben estimular el consumo persistente de dulces y similares durante el día ni al acostarse"**, disponen las autoridades británicas. Con respecto a la integridad física, la AIRI prohíbe la filmación de series y programas en donde el protagonista esté expuesto a un fuerte golpe o quizás a la muerte, debido a sus peripecias en altos edificios y ventanas. Sin embargo, el super-hombre "Superman" y todo el conglomerado de publicidad que lo promueve, han propiciado la muerte de varios niños que quieren volar, emulando las hazañas de su ídolo.

(Fuente: INFORMATICA-INCO).

Tanta explotación y pobreza

En América Latina 5 millones de niños mueren por falta de vacunas; en el mundo, 90 millones padecen hambre y 52 trabajan en condiciones y horarios de infrahumanos. Así lo informó la Organización Mundial de la Salud, institución para la cual el principal problema de la infancia en países subdesarrollados es la mortandad.

En Africa, Asia y América Latina, de los 70 millones de recién nacidos, el 50 por ciento perecerá a corta edad por falta de alimento y medicamentos, mientras que buena parte de los que logran sobrevivir son explotados impunemente.

(Fuente: INFORMATICA-INCO).

Español ito que naces...

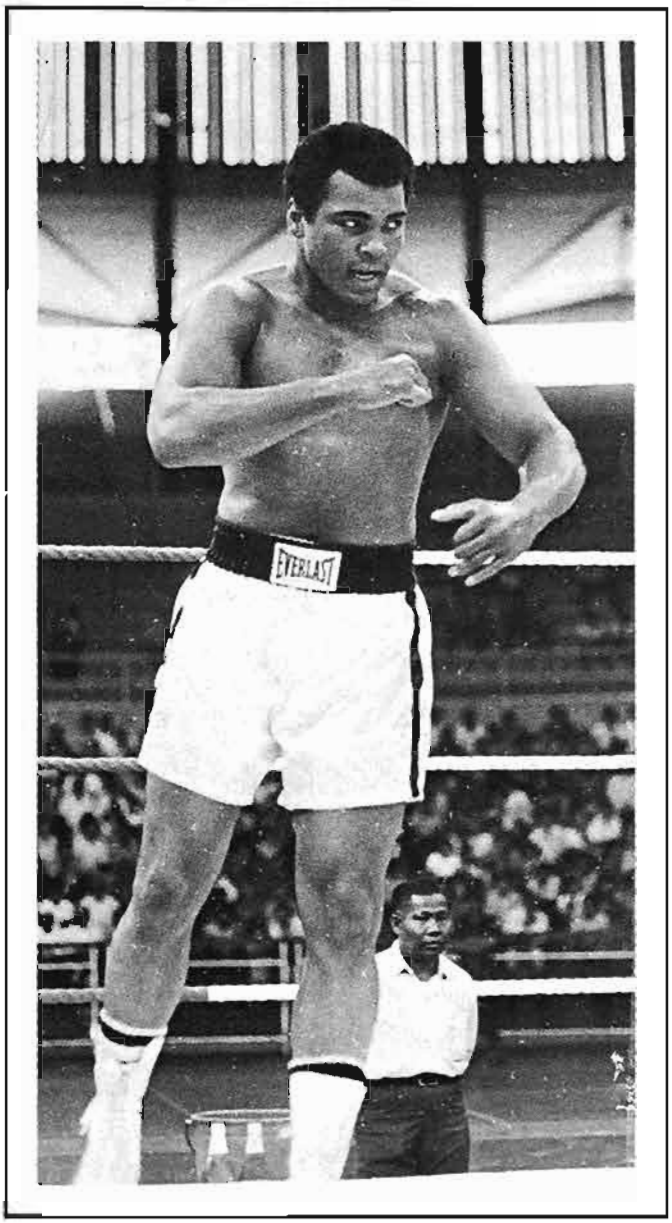
En 1979, la poca sensibilidad, ética y preparación profesional han hecho que los españoles rehúsen visitar al médico. En este país el 15 por ciento de los niños están sordos a causa de los antibióticos y el 50 por ciento de los enfermos pueden estarlo debido a problemas técnico-médicos y alimenticios.

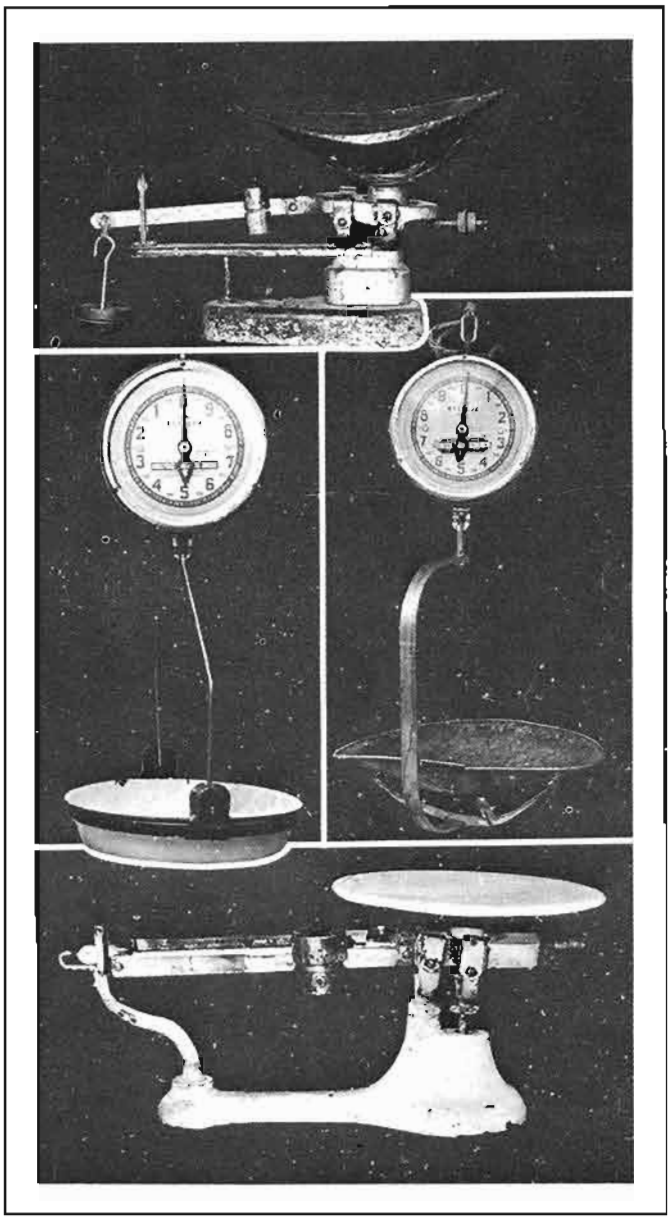
Una publicación afirma que los médicos españoles ignoran farmacología y dietética; además, que **"los niños nacen ensopados en anestesia, de madres desgarradas por el absurdo corte perineal"**. Asimismo, que **"no es buena la noticia de que en todos los colegios españoles exista obligatoriamente un médico, ya que son sólo trabajadores obedientes que pretenden un ingreso fijo sin importarles la tarea médica pública"**.

Lo peor aún es que los médicos pediatras (hasta este año en España no se controlaba la formación de especialistas, por lo que el pediatra es título autoasignado por los médicos a su "leal saber y entender") llevan a cabo revisiones generales, con rayos incluidos. Estos rayos en ocasiones son exigidos por las propias madres, sin encontrar negativa por parte del médico. Mientras que en Francia está prohibido el examen radiológico por sus escasos beneficios y alto riesgo (puede producir leucemia), en España los niños son sometidos a él por rutina.

(Fuente: "Ciudadano", España.)

En el campeonato de los pesos completos...





éste gana **éstas le hacen perder**

Fíjese bien si los 1000 gramos dan el kilo. A veces, por equis o por zeta, las balanzas mienten y desbalancean los presupuestos* Veinte gramos hoy, 125 mañana son muchos pesos al mes que vuelan injustamente. Fíjese bien. Aplique su experiencia y que no le dejen nada afuera. Hágase valer y ejerza todo su peso de consumidor responsable...

...Así podrá ganar el campeonato de los pesos completos.

En 1978, como una tarea más de la Reforma Administrativa, la Secretaría de Comercio verificó más de 2 millones de instrumentos de peso, encontrando numerosas irregularidades.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

10 DE MAYO, DIA DE LAS MADRES

Reina por un día...

...Y madre todo el año.

Que este 10 de mayo no se vuelva a repetir la larga y triste historia: la publicidad lo presiona y usted se siente en la obligación de comprarle algo a la mamacita.

¿Madre del regalo o madre del afecto?

Según sus posibilidades, puede ofrecerle un abrazo, una larga y tierna charla, un paseo en esa cálida tarde de sol.

Tampoco ahora, frente al festejo del Día de las Madres, vemos motivo para cambiar. Seguimos pensando que el aprecio no se demuestra con el precio.

No la haga reina por un día. Demuéstrele, todos los días del año, su amor de hijo, amor sencillo y permanente.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR